

## **ANALISIS BENTUK DAN GAYA *SOUVENIR* PADA PRODUK PARIWISATA DI KOTA PALU**

### **(ANALYSIS OF SHAPE AND STYLE OF *SOUVENIR* ON TOURISM PRODUCTS IN PALU CITY)**

**Sukarni<sup>1</sup>, Edy Semara Putra<sup>2</sup>, I Nyoman Slamet<sup>3</sup>**

**Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAH) Dharma Sentana Sulawesi Tengah,  
Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAH) Dharma Sentana Sulawesi Tengah,  
Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAH) Dharma Sentana Sulawesi Tengah.**

sukarnipariwisata@gmail.com  
edysemaraputra@gmail.com  
slametnyoman301@gmail.com

#### **ABSTRAK**

Penelitian dilakukan di Kota Palu, Sulawesi Tengah dengan tiga titik lokasi yaitu Toko Sumber Urip Eboni, Toko Krisna Karya dan Toko Sal-Han. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk dan gaya *souvenir* pada produk pariwisata di Kota Palu yang dianalisis menggunakan teori bentuk dan teori gaya seni dengan menggunakan metode kualitatif dengan maksud untuk menguraikan secara deskriptif hasil temuan data-data di lapangan. Instrumen penelitian berupa indept interview. Teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi dan wawancara. Sumber informasi dalam penelitian ini yaitu pemilik toko *souvenir*, Pengrajin serta kepala UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Kota Palu. Adapun hasil yang didapatkan yaitu bentuk *souvenir* yang dijual di toko-toko *souvenir* di Kota Palu sebagian dibuat dengan bentuk menyerupai atau meniru bentuk alam dan sebagian dibuat dengan meniru benda sekeliling serta benda yang berciri khas daerah Sulawesi Tengah. Gaya yang terkandung dalam *souvenir-souvenir* yang ada di Kota Palu lebih banyak menerapkan formal order dimana *souvenir* dibuat dengan pola ukuran yang metodis dan beberapa diciptakan sesuai dengan objek aslinya, memiliki bentuk yang lahir dari imajinasi pengrajinnya (gaya fantasi) dan lebih natural (*objective accuracy*). Produk *souvenir* yang dibuat pada umumnya memiliki tekstur yang halus dan beberapa terdapat bagian yang kasar akibat dari bentuk dan motif dari *souvenir* tersebut.

**Kata kunci:** *Souvenir, Pariwisata, Palu*

#### **ABSTRACT**

*The research was done in Palu City, south Sulawesi with three-point locations, namely Sumber Urip Eboni shop, Krisna Karya shop, and Sal-Han shop. This research aim for knowing shape and style of Souvenir on tourism products in Palu city which was analyzed use shape and art style theory, which use qualitative method it means for elaborating in descriptive the finding of the date in the field. The instrumen of research was Indept interview. Techniques of data collection was using observation, documentation, and interviews. The sources of information in this research involve: owner of souvenr shop, craftsmen, and the head of UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) of Palu city. The result That obtained namely shape of Souvenir tht sold at Souvenir shops in the Palu city, the parly was made with shape that resambled or imitated shape or nature and partly was made with imitated the object around, futhermore the object that had characteristic in middle Sulawesi Area. Style that was contained in Souvenir that available in Palu City more adjusting formal order where th Souvenir was made with siza pattern in methodical moreover some of them was created appropriate with the original object, and had a shape that created from the craftsmen's imagination (fantasy style) and more natural (objective accuracy). Souvenir product was made in generally had soft texture moreover some of them had rough texture cause of the shape and motive of that Souvenir.*

**Keywords:** *Souvenir, Tourism, Palu*

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata sangat erat kaitannya dengan perjalanan wisata baik perjalanan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dengan mengunjungi suatu tempat dengan tujuan liburan, mencari hiburan, rekreasi, menambah pengalaman, menambah pengetahuan, mempelajari berbagai keunikan daya tarik atau budaya maupun tujuan tertentu lainnya. Pariwisata adalah suatu kegiatan penyelenggaraan jasa pariwisata, mengusahakan atau menyediakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana dan usaha lain yang terkait di bidang pariwisata (Utama (2017).

Dewasa ini, pariwisata telah menjadi kebutuhan pokok sebagian manusia. Tidak mengherankan jika perjalanan wisata semakin meningkat di berbagai daerah. Hal tersebut menjadikan pariwisata sebagai salah satu andalan penggerak ekonomi suatu negara atau daerah untuk menciptakan lapangan kerja, memperoleh devisa serta memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal ikut serta dalam menciptakan produk-produk kreatif.

Pariwisata dapat memberikan kontribusi dalam berbagai bidang termasuk ekonomi, sosial dan budaya (Sugiarti dkk, 2020). Adanya kepariwisataan di suatu daerah dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, yang terpenting adalah tetap menjaga dan mengembangkan pariwisata tersebut agar tetap menarik berlandaskan kearifan lokal dan memotivasi wisatawan untuk berkunjung.

Daya tarik wisata yang menarik dikunjungi wisatawan sangat beragam, seperti wisata alam, buatan, hingga seni budaya termasuk kerajinan. Suatu tempat pada prinsipnya dapat memotivasi dan menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan apabila memenuhi tiga syarat penting (Utama, 2017), yaitu: pertama, *something to see* adalah memiliki sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata seperti objek dan atraksi wisata; kedua, *something to do*

adalah kegiatan yang bisa dilakukan wisatawan di tempat yang dikunjungi, yang bisa memberikan kepuasan, perasaan senang, bahagia, relax dan lain-lain; serta yang ketiga, *something to buy* yaitu sesuatu yang bisa dibeli oleh wisatawan atau pengunjung, yang pada umumnya adalah ciri khas atau icon dari daerah yang dikunjungi, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh, salah satunya adalah *souvenir*. Berkaitan dengan syarat-syarat suatu tempat maupun objek wisata agar dapat memotivasi wisatawan untuk datang berkunjung, salah satu yang penting dan perlu diberi perhatian khusus adalah *something to buy*. *Something to buy*, yaitu salah satu penunjang daya tarik wisata yang berkesan dan dapat dimiliki oleh wisatawan seperti produk kerajinan atau hasil kreatif kerja tangan manusia yang biasanya memiliki ciri khas, identitas atau icon daerah setempat maupun destinasi wisata yang dikunjungi. Salah satu produk pariwisata yang dapat disediakan dan ditawarkan sebagai sesuatu yang dapat dibeli dan dimiliki oleh pelancong atau wisatawan adalah produk kerajinan tangan berupa *souvenir* atau cenderamata.

*Souvenir* atau cenderamata adalah barang-barang atau kerajinan tangan yang bernilai seni, menarik, unik dan tentu diminati banyak orang untuk dimiliki terutama para wisatawan. Barang-barang atau kerajinan tangan tersebut merupakan hasil buah kreativitas bernilai seni para pengrajin yang mampu merubah benda-benda biasa menjadi produk bernilai tinggi, baik dari segi harga maupun nilai estetis yang terkandung dalam karya tersebut. Produk-produk yang diciptakan oleh para pengrajin biasanya terbuat dari berbagai bahan dasar, seperti kayu, tempurung kelapa, bambu, logam, keramik, kain, kulit dan lain sebagainya. *Souvenir* yang diciptakan memiliki bentuk dan gaya dengan ciri khas masing-masing dan biasanya berbasis budaya atau kearifan lokal. *Souvenir* dapat diartikan sebagai benda kenang-kenangan yang

biasanya dibawa atau dibeli oleh seseorang saat mengunjungi suatu tempat atau daerah tertentu. Dalam kamus *bring Webster English Dictionary* (2004) dijelaskan bahwa, *souvenir* dapat diartikan sebagai “*an object a traveler home for the memories associated with it*” (*souvenir* adalah benda yang dibawa oleh wisatawan sebagai kenang-kenangan dalam perjalanannya itu).

Kota Palu sebagai ibu kota Provinsi Sulawesi Tengah tentu memiliki destinasi dan objek wisata yang menarik, seperti gong perdamaian, bukit paralayang, titik 0 km, dan lain sebagainya. Selain itu, posisi Kota Palu sebagai ibu kota dan memiliki bandara yang menghubungkan transportasi udara maupun darat dari luar daerah Sulawesi Tengah menuju berbagai daerah di Sulawesi Tengah dan sebaliknya, tentu perlu menyediakan berbagai fasilitas dan kebutuhan penunjang bagi wisatawan maupun orang-orang yang datang dan keluar Sulawesi Tengah melalui Kota Palu. Salah satunya adalah menyediakan berbagai macam bentuk dan gaya *Souvenir* yang menarik dan mengangkat kearifan lokal. Seperti *souvenir* dari bahan baku kayu hitam dengan berbagai macam bentuk dan gaya telah menjadi icon dan ciri khas *souvenir* Kota Palu pada khususnya dan Sulawesi Tengah pada umumnya.

Oleh karena itu, pemerintah melalui pembinaan UMKM maupun masyarakat secara swadaya memproduksi berbagai jenis dan macam *souvenir* yang menarik dan memiliki ciri dan karaktersitik budaya lokal Kota Palu maupun Sulawesi Tengah (Putra, 2019). *Souvenir-souvenir* yang dihasilkan oleh pengrajin kemudian dipasarkan melalui toko-toko *souvenir* yang tersebar di Kota Palu.

Keberagaman bentuk serta gaya *souvenir* sebagai produk wisata diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan ketertarikan pengunjung. Ketersediaan *souvenir* yang beragam akan memberikan pilihan kepada pengunjung untuk memilih dan memperoleh *souvenir*

yang sesuai dengan minat dan ketertarikan pengunjung itu sendiri.

Dalam mengembangkan suatu produk, perlu kiranya dilakukan suatu kegiatan untuk mengidentifikasi jenis dan macam-macam produk *souvenir* (kerajinan tangan khususnya dari bahan dasar seperti kayu, tempurung kelapa, ataupun bambu) yang telah ada di pasaran. Identifikasi ini bertujuan untuk mengklasifikasikan bentuk dan gaya dari *souvenir* yang telah ada, sehingga dapat memudahkan berbagai pihak untuk mengembangkan berbagai jenis dan macam bentuk *souvenir* yang memiliki beragam gaya sehingga lebih menarik dan inovatif. Oleh karena itu, untuk mendukung pengembangan produk pariwisata dalam hal ini *souvenir* atau cenderamata sebagai produk pariwisata yang ada di Kota Palu, maka penting untuk melakukan analisis bentuk dan gaya *souvenir* pada produk pariwisata yang ada di Kota Palu agar memudahkan berbagai pihak, terutama pemerintah dalam mengeluarkan kebijakan dalam upaya pengembangan dan penyediaan berbagai macam dan jenis *souvenir* sebagai produk wisata sehingga menunjang kemajuan sektor pariwisata di Sulawesi Tengah.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **a) Bentuk dan Gaya**

Bentuk merupakan salah satu unsur dalam sebuah karya yang merupakan gabungan dari berbagai bidang. Suatu karya memiliki bermacam-macam bentuk seperti bentuk kubistis dan silindris maupun bentuk yang menirukan bentuk alam, seperti bentuk hewan, manusia, tumbuhan dan lain-lain (Soedarso, 2000).

Bentuk adalah penggunaan perangkat seperti garis, bentuk (shape), gelap terang, tekstur dan warna (Ocvirk dkk, 1962). Penggunaan unsur-unsur tersebut yang menentukan perwujudan hasil karya. Gaya atau style sangat dibutuhkan dalam pembuatan sebuah karya seperti garis, tekstur warna atau bidang yang bertujuan untuk menambah

keindahan dan 15 keunikan suatu karya. Gaya merupakan sebuah pengelompokan karya melalui waktu, daerah wujud dan lain sebagainya (Feldman 1967). Lebih lanjut Feldman menjelaskan bahwa, gaya dapat dibedakan melalui perasaan atau kualitas yang ditampilkan oleh karya tersebut.

Selain itu gaya juga bisa dilihat perbedaannya pada permukaan dari suatu karya (garis, warna, bidang atau tekstur). Gaya dapat dibagi ke dalam empat macam gaya, yaitu gaya ketepatan *objective* (*objective accuracy*), gaya susunan formal (*formal order*), gaya emosi (*emotion*) dan gaya fantasi (*fantasy*) (Feldman (1967).

- a. Gaya ketepatan *objective* (*objective accuracy*), yaitu karya yang cenderung naturalis, atau karya yang diciptakan sesuai dengan objek aslinya.
- b. Gaya susunan formal (*formal order*), merupakan karya yang diciptakan dengan menerapkan pola ukuran yang bertujuan untuk memperoleh keseimbangan atau stabilitas suatu karya.
- c. Gaya emosi (*emotion*), yaitu karya yang diciptakan dengan lebih cenderung sesuai ekspresi perasaan penciptanya, sehingga bentuk yang diciptakan tidak dapat terekam maupun diekspresikan oleh kamera.
- d. Gaya fantasi (*fantasy*), yaitu karya yang diciptakan memiliki bentuk yang belum pernah dilihat atau diimajinasikan sebelumnya.

Gaya dalam sebuah karya atau kerajinan tentu memiliki kemiripan, artinya bahwa meskipun bentuk kerajinan berbeda-beda, tetapi paling tidak terdapat ciri-ciri yang sama antara bentuk yang satu dengan bentuk yang lainnya, yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mengelompokkan. Hal-hal yang dapat dilihat untuk menentukan kemiripannya, seperti warna, bentuk, ruang, garis ataupun tekstur yang tampak pada permukaan luar sebuah kerajinan.

### a) **Souvenir atau Cendramata**

*Souvenir* atau cenderamata adalah barang-barang atau kerajinan tangan yang bernilai, menarik, unik dan tentu diminati banyak orang terutama para wisatawan, yang merupakan hasil kreativitas para pengrajin yang mampu merubah benda-benda biasa menjadi produk bernilai tinggi, baik dari segi harga maupun dari nilai tersendiri yang terkandung dalam produk tersebut.

*Souvenir as gift, as memory, and as evidence* dapat dibedakan menjadi empat kriteria (Amitabh Upadhyay, 2016), yaitu sebagai berikut:

- 1) *Pernak-pernik*, yaitu jenis *souvenir* yang hanya berfungsi sebagai pengingat dari sebuah tempat atau destinasi yang dikunjungi. *Souvenir* yang berupa pernak-pernik biasanya diproduksi dalam jumlah yang banyak dengan harga murah. Contoh dari *souvenir* ini adalah gantungan kunci, mug, magnet dan lain-lain.
- 2) *Figurine* atau replika yaitu memiliki nilai memori dari sebuah perjalanan, seperti kesenangan setelah mengunjungi suatu tempat misalnya museum, pantai dan sebagainya. *Miniature* atau replika tersebut biasanya diproduksi dalam jumlah banyak oleh masyarakat lokal.
- 3) *Local crafts* yaitu *souvenir* "*tangibilisers*" yang bisa menambah fitur dari sebuah pengalaman perjalanan. Harga dari *souvenir* local craft tergolong lebih mahal, karena barang tersebut tidak diproduksi secara massal dan umumnya dalam bentuk kerajinan tangan namun mungkin beberapa dibantu alat teknis modern dalam proses produksi. Identitas dan keaslian dalam kerajinan ini membuatnya tidak hanya dicari para wisatawan, tetapi juga sebagai hadiah yang berharga untuk mengesankan si penerima.
- 4) *Bernilai seni* (*value art*), yaitu seni yang berharga atau kerajinan khas dari tempat yang dikunjungi. barang jenis ini dapat dikategorikan sebagai *souvenir* atau barang antik yang memiliki nilai "*Art invesment*" dari waktu ke waktu.

karena nilai tukar dari karya tersebut mengandung unsur keaslian dan karakteristik artistik dari karya tersebut

#### **b) Produk Pariwisata**

Produk wisata adalah segala sesuatu berupa produk benda, jasa maupun tempat yang dapat ditawarkan kepada wisatawan untuk digunakan atau yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhannya.

Menurut Burns and Holden (dalam Suryadana, dkk 2015:46) menjelaskan bahwa, produk wisata dinyatakan sebagai segala sesuatu yang dapat dijual dan diproduksi dengan menggabungkan faktor produksi, kosumen yang tertarik pada tempat-tempat yang menarik, kebudayaan asli dan festival-festival kebudayaan. Medlik dan Meddelton (dalam Octavia, 2015:46) mengemukakan bahwa, produk pariwisata terdiri dari bermacam-macam unsur yang merupakan suatu paket (*package*) yang satu sama lain tidak terpisah dan semua jasa-jasa yang dibutuhkan wisatawan semenjak berangkat meninggalkan rumah sampai kembali ke rumah dimana wisatawan tersebut biasa tinggal.

Jadi produk pariwisata adalah produk yang kompleks, di mana produksinya dapat ditangani oleh berbagai pihak, baik swasta maupun pemerintah dan produk tersebut dibutuhkan wisatawan selama perjalanannya (Yoeti, 1996). Salah satu produk wisata yang dimaksud adalah jasa-jasa *souvenir* shop dan handicraft serta *shopping centre* dan lain sebagainya, dimana 20 wisatawan dapat berbelanja untuk membeli oleh-oleh dan *souvenir* yang biasanya berciri khas daerah maupun barang-barang lainnya

#### **c) Penelitian Terdahulu**

Yuvinka Rievank Bryna Issant Poerwa (2018), dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis *Souvenir* Keramik di Home Industry Burat Kriasta Bantul". mengungkapkan bahwa: (1) proses produksi yang digunakan adalah teknik cetak tuang untuk membentuk badan *souvenir* dan proses pengglasiran merupakan keunikan proses produksi di

Burat Kriasta, karena menggunakan warna hasil racikan pihak Burat Kriasta sendiri; (2) produk *souvenir* pernikahan yang diproduksi, dapat difungsikan sebagai tempat garam dan merica (3) dilihat dari 9 aspek bentuk nilai estetis yang terdapat dalam *souvenir* pernikahan yaitu bentuk yang dihasilkan tepat dengan tujuan acara yaitu pernikahan, karena bentuknya berpasang-pasangan.

Adapun Metode yang digunakan dalam penelitiannya adalah deskriptif kualitatif dengan subyek penelitian adalah *souvenir* keramik di *Home Industry* Burat Kriasta dan difokuskan pada *souvenir* keramik untuk acara pernikahan yang diproduksi oleh Burat Kriasta. Metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan teknik analisis kualitatif induktif. Keabsahan data diperoleh melalui teknik triangulasi.

Agustinus Walansendow dan Bet El Silisna Lagarensse (2016), dalam penelitiannya berjudul "Karakteristik Model Dan Desain Produk *souvenir* Berbahan Dasar Kayu Dan Tempurung kelapa Sebagai Produk Pariwisata". Menjelaskan bahwa karakteristik produk *souvenir* dari kelapa memiliki berbagai model dan desain, seperti miniatur yang berhubungan dengan pahlawan setempat seperti Sam Ratulangi, Toar Lumimuut dan Dotulolong Lasut. Miniatur yang berhubungan dengan fauna setempat seperti ikan purba (*coelacanth*), burung Manguni dan Tarsius Spectrum yang melambangkan keunikan *souvenir* Sulawesi Utara. Penelitian ini menggunakan angket berdasarkan survey, wawancara, diskusi kelompok fokus (FGD). Responden dalam penelitian ini adalah pengrajin dan penjual cendramata di Sulawesi Utara. Wawancara juga dilakukan terhadap wisatawan yang berkunjung.

Vero Mario (2013), meneliti tentang "Studi Tentang Bentuk dan Ciri Khas *Souvenir* Dari Kayu Sebagai Penunjang Pariwisata Bukit Tinggi". Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk

*souvenir* yang ada pada Pasa Ateh Bukit Tinggi, ciri khas *souvenir* dari kayu yang ada di Pasa Ateh Bukit Tinggi, serta untuk melihat minat wisatawan terhadap *souvenir* dari kayu yang ada di Pasa Ateh Bukit Tinggi.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan reduksi data, display data (penyajian data), dan mengambil kesimpulan. Pengecekan keabsahan data dengan teknik triangulasi. Hasil penelitian yang ditemukan bentuk dan ciri khas *souvenir* Minangkabau dan bukan Minangkabau. Wisatawan berminat terhadap *souvenir* Minangkabau.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Palu Sulawesi Tengah. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan maksud memberikan uraian mengenai bentuk dan gaya *souvenir* pada produk pariwisata di Kota Palu. Sumber informasi dan data dalam penelitian ini diperoleh atau dikumpulkan melalui wawancara kepada beberapa informan yaitu pemilik atau karyawan toko *souvenir* yang menjadi lokasi penelitian, pengrajin, pihak UMKN (dinas UMKM) kota Palu serta dokumen lain yang ada untuk melengkapi kebutuhan data.

Teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi empat komponen sesuai dengan model Miles and Huberman (Sugiyono, 2013):

- 1) *Data collection* (pengumpulan data) Pengumpulan data. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan seluruh catatan lapangan yang telah dibuat berdasarkan observasi, dokumentasi dan wawancara yang telah dilakukan.
- 2) *Data reduction* (reduksi data) Reduksi dan kategorisasi data. Pada tahap ini dilakukan proses penyederhanaan dan

pengkategorian data. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

- 3) *Data display* (penyajian data). Display data merupakan proses menampilkan data hasil reduksi dan kategorisasi berdasarkan kriteria tertentu. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, tabel, hubungan antara kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.
- 4) *Conclusion Drawing/Verification* Penarikan kesimpulan, apabila hasil display data menunjukkan bahwa data yang diperoleh telah cukup dan sesuai dengan informasi yang dibutuhkan, dimulailah penarikan kesimpulan menggunakan teori dan hasil data di lapangan.

### 4. HASIL PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan dan wawancara dengan pemilik serta karyawan toko *souvenir* mengenai bentuk dan gaya *souvenir* pada produk pariwisata di Kota Palu, didapatkan Bentuk *souvenir* yang dijual/ditawarkan di toko-toko *souvenir* di Kota Palu sebagian dibuat dengan bentuk menyerupai atau meniru bentuk alam seperti *souvenir* plakat burung dan sebagian dibuat dengan meniru benda di sekitar lingkungan yang berciri khas daerah Sulawesi Tengah maupun bentuk umum lainnya.

Adapun gaya yang terkandung dalam *souvenir-souvenir* yang ada di Kota Palu lebih banyak menerapkan formal order di mana *souvenir* dibuat dengan pola ukuran yang metodis dan beberapa diciptakan sesuai dengan objek aslinya, juga memiliki bentuk yang lahir dari imajinasi pengrajinnya (gaya fantasi) dan

lebih natural (*objective accuracy*). Produk-produk *souvenir* yang dibuat pada umumnya memiliki tekstur yang halus dan beberapa terdapat bagian yang kasar akibat dari bentuk dan motif dari *souvenir* tersebut yang memberi tekstur kasar.

*Souvenir* yang memiliki ciri khas daerah Sulawesi Tengah adalah plakat pulau Sulawesi Tengah, beberapa gantungan kunci, tempat pulpen meja unggas (burung Maleo), *souvenir* jam sulawesi, miniature rumah adat Tambi serta tempat pulpen meja patung Palindo. Sedangkan *souvenir* yang memiliki bentuk umum maupun ciri khas daerah lain adalah *souvenir* kapal pinisi, piala, plakat ikan, nampan, kotak tisu, tempat tisu meja, bingkai foto, cermin tangan, *souvenir* plakat kendaraan, tempat air mineral, gantungan, sendok, piring, asbak, kaligrafi, salib, tempat lampu, *souvenir* jembatan, cincin, kepala manjangan, tongkat komando, tongkat dan lain-lain.



Gambar 4-1: Miniatur kapal Pinisi 3 tiang, 13 layar berkembang  
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 4-2: Souvenir jam  
Sumber: Dokumen Pribadi

Selain bentuk *souvenir* yang tersedia di toko, beberapa konsumen dari luar maupun dari kantor-kantor memesan secara khusus dengan bentuk sesuai

dengan yang diinginkan. *souvenir-souvenir* tersebut dibuat dengan ukuran yang bervariasi, *souvenir* dengan ukuran besar merupakan salah satu penghambat bagi pembeli untuk membawa *souvenir* dalam jumlah banyak. Sehingga, perlu lebih banyak membuat *souvenir* dengan menyesuaikan ukuran, agar lebih mudah di bawah.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai bentuk dan gaya *souvenir* pada produk pariwisata di Kota Palu, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa bahan yang digunakan dalam pembuatan *souvenir* adalah kayu hitam dan kayu kopi sebagai bahan tambahannya.

Bentuk *souvenir* yang dijual/ditawarkan di toko-toko *souvenir* di Kota Palu sebagian dibuat dengan bentuk menyerupai atau meniru bentuk alam Adapun gaya yang terkandung dalam *souvenir-souvenir* yang ada di Kota Palu lebih banyak menerapkan formal order dimana *souvenir* dibuat dengan pola ukuran yang metodis dan beberapa diciptakan sesuai dengan objek aslinya, juga memiliki bentuk yang lahir dari imajinasi pengrajinnya (gaya fantasi) dan lebih natural (*Objective Accuracy*).

Produk-produk *souvenir* yang dibuat pada umumnya memiliki tekstur yang halus dan beberapa terdapat bagian yang kasar akibat dari bentuk dan motif dari *souvenir* tersebut. *Souvenir-souvenir* tersebut dibuat dengan ukuran yang bervariasi, *souvenir* dengan ukuran besar merupakan salah satu penghambat bagi pembeli untuk membawa *souvenir* dalam jumlah banyak. Sehingga, perlu lebih banyak membuat *souvenir* dengan menyesuaikan ukuran, agar lebih mudah dibawah. Permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin dalam membuat dan mengembangkan *souvenir* di Kota Palu adalah ketersediaan bahan baku kayu eboni yang tidak dapat diperoleh secara bebas dan hanya mengandalkan sisa-sisa pengolahan meubel.

Selain itu, keterbatasan pengetahuan, kemampuan dan alat produksi yang dimiliki oleh para pengrajin menyebabkan dalam membuat *souvenir* dengan bentuk yang lebih detail, halus dan beragam menjadi terhambat khususnya dalam mengembangkan produk *souvenir* dengan desain baru. Serta pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola bahan lain selain kayu eboni sangat minim, sehingga para pengrajin hanya bisa menggeluti pengolahan kayu eboni saja.

## 6. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih yang sangat mendalam kepada orang tua yang telah mendukung dan mensupport penulis, juga kepada dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan membimbing, juga rekan-rekan yang tidak bisa disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada tim redaksi Jurnal PaRama yang telah mempublikasikan tulisan ini.

## 7. DAFTAR RUJUKAN

- Cholis, Henri & Satriana Didik Isnanta. (2017). *Model Souvenir Sebagai Peingkatan Kualitas dan Varian Produk Pada Sentra Kerajinan Gembreg Pasar Kabangan Laweyan Surakarta*. Surakarta. Institut Seni Indonesia.
- Feldman, Edmund Burke. (1990). *Seni Sebagai Ujud dan Gagasan: Gaya-Gaya Seni, Struktur Seni, serta Intraksi Media & Makna*. Bagian dua, tiga. Terj. SP Gustami, Yogyakarta: ISI Yogyakarta.
- Gunardi, G. (2010). *Identifikasi Potensi Kawasan Wisata Kali Pasir*, Kota Tangerang. Jurnal Planesa, 1(1), 28–35.
- Mario, Vero. (2013). *Studi Tentang Bentuk Dan Ciri Khas Souvenir Dari Kayu Sebagai Penunjang Pariwisata Bukit Tinggi*. Skripsi (tidak diterbitkan). Padang: Universitas Negeri Padang.
- Octavia Vanny. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Cv. Alfabeta. Rievank,
- Ocvirk, O.G. (1962). *Art Fundamentals*. Iowa: W.M.C. Brown.
- Putra, Edy Semara. (2019). *Identifikasi Produk Khas yang Potensial Dikembangkan Menjadi Souvenir Tojo Una-Una*. Jurnal Pariwisata PaRAMA: Panorama, Rekreasi, Akomodasi, Merchandise, Aksesibilitas, 1 (1), 11-20. Soedarso, S.P. (2000). *Sejarah Perkembangan Seni Rupa Modern*. Jakarta: Studio
- Sugiarti, Rara, dkk. (2020). *Pengembangan Wisata Kriya Berbasis Kreasi dan Inovasi di Sentra Industri Kerajinan Kulit Kabupaten Magetan Surakarta*. Universitas Sebelas Maret: Surakarta. Vol: 1. Jilid: 1.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryadana, L & Vanny Octavia. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: CV. Alfabeta
- Utama, I Gusti Bagus Rai. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Budi
- Utama. Utama, I Gusti Bagus Rai. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Walansendow, Agustinus & bet EI Silisna Lagarensen. (2016). *Karakteristik Model dan Desain Produk Souvenir Berbahan Dasar Kayu dan Tempurung Kelapa Sebagai Produk Pariwisata*. Tourism Scientific Journal. vol 1, no 2 hal :115- 133.
- Yoeti, Oka. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yuvinda & bryna issant poerwa. (2018). *Analisis Souvenir Keramik di Home Industry Burat Kriasta Bantul*. Skripsi (tidak diterbitkan) Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.