

BAB III

REVITALISASI *UI CONTENT & UX WRITING* PADA *WEBSITE NICHOA CHOCOLATE*

1.1 CAPSTONE PROJECT

Capstone Project adalah project akhir peserta akan mengerjakan 1 *project* secara berkelompok yang akan diberikan langsung oleh client dari berbagai organisasi dan perusahaan di Indonesia [4]. Pada *Capstone Project* ini penulis dan tim mendapatkan partner *project* dari Nichoa Chocolate untuk merevitalisasi tampilan dari *website* mereka.

1.1.1 Deskripsi Nichoa Chocolate

Nichoa Chocolate merupakan salah satu produsen coklat yang berfokus pada *Sustainable Production* dan menggunakan bahan baku dari petani lokal dari berbagai wilayah di Indonesia. Tidak hanya berorientasi ke profit saja, melainkan Nichoa Chocolate ingin berkontribusi secara penuh untuk *people* dan *planet*. Berdiri pada tahun 2018, selain memproduksi cokelat yang berkualitas. Nichoa Chocolate berharap dapat selalu berkontribusi penuh untuk memperbaiki kualitas hidup petani kakao dan konsumen.

Pada project kali ini, pihak Nichoa Chocolate ingin menjadi platform yang kaya informasi, berjualan dan berjejaring untuk market lokal dan internasional serta melakukan improvisasi branding dan marketing agar selalu dapat beradaptasi dengan perubahan dan tren masa kini. Maka dari itu kami melakukan *research* dan pengembangan terhadap *content* dan *writing website* tersebut agar dapat mencapai *goals* dari *project* tersebut.

1.1.2 *UI Content dan UX Writing*

Pada project ini penulis secara tim melakukan pengembangan atau merevitalisasi *website* Nichoa Chocolate sesuai dengan *project Brief* yang di sediakan. Pada *project* kali ini penulis mendapat Role *UI/UX* sebagai *UI Content* dan *UX Writing*.

UI Content merupakan desain antarmuka yang fokus pada keindahan dari sebuah tampilan, dan pemilihan warna yang baik. Tujuannya, untuk membuat tampilan situs lebih enak dipandang mata dan pengunjung pun jadi betah berlama-lama. *UI* menciptakan ikatan emosional dengan pengguna melalui desain yang menarik dan indah. Biasanya, *UI* akan diimplementasikan atau dikerjakan setelah *UX* selesai menentukan desain *layout*, logo, warna, dan *typography* untuk mempercantik situs [5].

Sedangkan *UX Writing* adalah orang membuat *UX copy*, *UX copy* adalah kata-kata yang bisa mendorong seseorang melakukan tindakan ketika berinteraksi dengan sistem. Kata-kata ini hendaknya memiliki kejelasan konteks agar dapat membantu pengguna mengambil keputusan. Sistem yang dimaksud bisa berupa aplikasi, *dashboard*, bahkan sesederhana halaman *website*. *UX copy* dapat diterapkan pada menu, tombol aksi (*action button*), pesan kesalahan (*error message*), syarat & ketentuan, panduan penggunaan, dan lain-lain [6].

Adapun *Job Desk* pada pengerjaan *Capstone project* ini adalah melakukan beberapa hal diantaranya :

1. Melakukan *competitive analisis content* terhadap beberapa *competitor*.
2. Membuat dan merangkum hasil dari analisis *competitor* di *Microsoft Word*.
3. Membuat gambaran awal *copywriting*.
4. Membuat visualisasi detail dan deskripsi dari produk.
5. Menata dan menyesuaikan *content*, *copywriting* dan gambar pada *design*.
6. Mereview *copywriting* pada *design*.

1.1.3 Tujuan Pengerjaan *Project*

Adapun tujuan dalam pengerjaan *project* ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang *copywriting* dari *website* agar tampilan yang tersedia menjadi informatif bagi pengunjung dan identitas Nichoa Chocolate semakin kuat dimata pelanggannya.
2. Merancang tampilan *content* dari *website* yang masih tergolong sederhana menjadi tampilan yang mendekati *website* referensi dengan menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat selama mengikuti proses Studi Independen.

1.1.4 Manfaat Pengerjaan *Project*

Adapun manfaat dalam pengerjaan *project* ini adalah sebagai berikut :

1. Penulis dapat mengasah skill berkomunikasi dan berkolaborasi sesama anggota *project*.
2. Membantu pihak Nichoa Chocolate dalam *research* tambahan mengenai kelebihan dan kekurangan *website* nya dengan para kompetitor.

1.2 PROSES PELAKSANAAN *CAPSTONE PROJECT*

Dalam proses pengerjaan revitalisasi *website* Nichoa Chocolate ini terdapat 2 kelompok yang mendapatkan project ini, dimana kelompok 1 berfokus terhadap *UI Design* dan kami sebagai kelompok 2 berfokus terhadap *UX Writing & UI Content*. Adapun *tools* yang digunakan didalam pengerjaan *project* ini adalah sebagai berikut :

- Figma
- Google Drive
- GMeet
- Trello
- Google Sheets
- Discord
- Microsoft Office

Pada *project* kali ini kelompok kami beranggotakan 5 orang yang di mana kami menggunakan metode *Design Thinking* dalam merevitalisasi *website* agar tampilan *website* terupdate sesuai dengan referensi yang diharapkan dan *User Experience (UX)* bagi pelanggan meningkat. Berikut adalah rangkaian pelaksanaan yang dikerjakan oleh kelompok *Capstone* penulis menggunakan metode *Design Thinking* :



Gambar 3. 1 Metode *Design Thinking*

1.2.1 *Empathize*

Empathize merupakan tahap yang pertama dalam metode *Design Thinking*. Tujuan dilakukan proses ini adalah untuk mengetahui informasi tentang masalah dan kebutuhan yang di alami oleh pengguna. Pada tahap ini penulis melakukan *research* tambahan mengenai target pemasaran untuk melengkapi data yang sudah didapat sebelumnya dari *project brief* yang diterima seperti *Project Overview*, *Project Goals & Objectives* dan *Success Criteria*.

a. *Project Overview*

Adapun *project overview* yang diberikan oleh pihak Nichoa Chocolate dalam pengerjaan *Capstone Project* kali ini adalah merevitalisasi *website* Nichoa Chocolate untuk dapat menjadi platform yang kaya informasi, berjualan dan berjejaring untuk market lokal dan internasional.

b. *Project Goals & Objectives*

Adapun *goals & objectives* pengerjaan *Capstone Project* ini adalah sebagai berikut :

- Terciptanya *website* yang informatif, ramah pelanggan dan desain yang sesuai dengan identitas Nichoa Chocolate.

- Hasil akhir *website* dapat mendekati *website* produk referensi.
- Terciptanya kenyamanan berbelanja pelanggan di *website*.

c. *Success Criteria*

Adapun *Success Criteria* pengerjaan *Capstone Project* ini adalah sebagai berikut :

- Tampilan *website* terupdate sesuai dengan referensi yang diharapkan.
- *User Experience* bagi pelanggan meningkat.
- Transaksi di *website* meningkat.

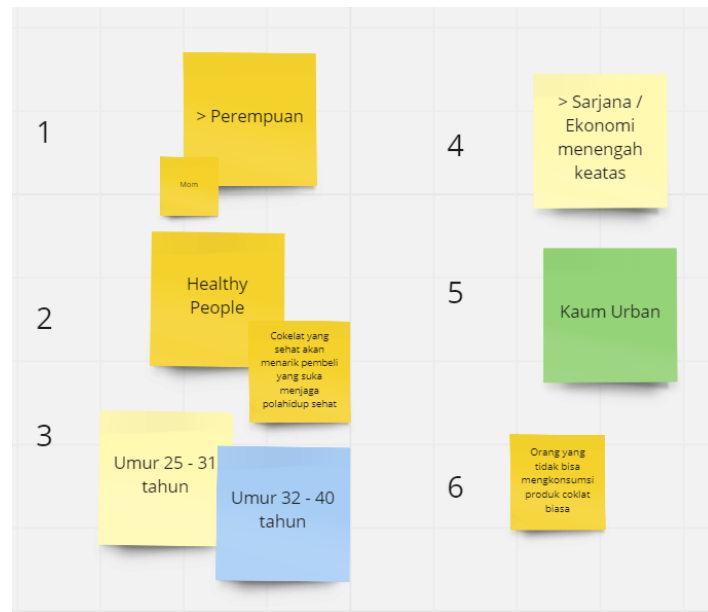
3.2.1.1 *Secondary Research*

Untuk melengkapi data berdasarkan *Project Overview*, *Project Goals & Objectives* dan *Success Criteria* yang telah diberikan, disini penulis melakukan *Secondary research* dengan melakukan *research* dan diskusi mengenai target pemasaran dari produk-produk Nichoa Chocolate.



Gambar 3. 2 Proses Diskusi Target Pemasaran

Kemudian dapat disimpulkan 6 point utama dari target pemasaran produk Nichoa Chocolate, yaitu :



Gambar 3. 3 Point Utama Target Pemasaran

- Perempuan (*Mom*)
- *Health Conscious* (Sadar akan kesehatan)
- Umur 25 – 40 tahun
- Ekonomi menengah ke atas
- Urban (Kawasan Perkotaan)
- *People with Gluten & Lactose Intolerance*

Setelah semua data informasi yang diperlukan sudah lengkap, tahap selanjutnya adalah melakukan *Define Problems*.

1.2.2 Define

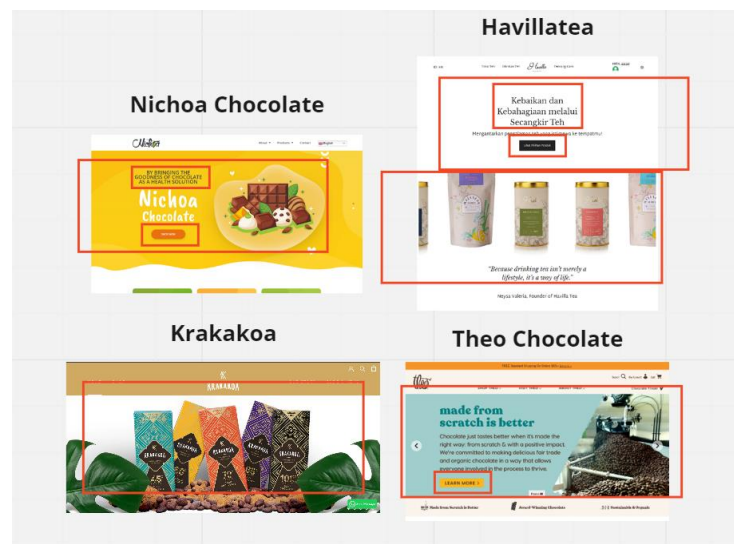
Define atau menyusun masalah berdasarkan pada tahap *Emphasize* yang Penulis lakukan sebelumnya. Pada tahap ini dibuat beberapa *file word* yang bisa diakses oleh masing-masing anggota kelompok untuk *document analysis*. Kami menggunakan 3 website kompetitor sebagai pembandingan, yaitu :

1. Krakakoa (krakakoa.com)
2. Havillatea (havillatea.com)
3. Theo Chocolate (theochocolate.com)

Setelah menentukan website kompetitor, langkah selanjutnya adalah *define objective per section*, seperti pada *page home* dimasing-masing *website* kompetitor kami mengkomparasi antara *section banner* di tiap-tiap *website*.

A. Analisis Kompetitor

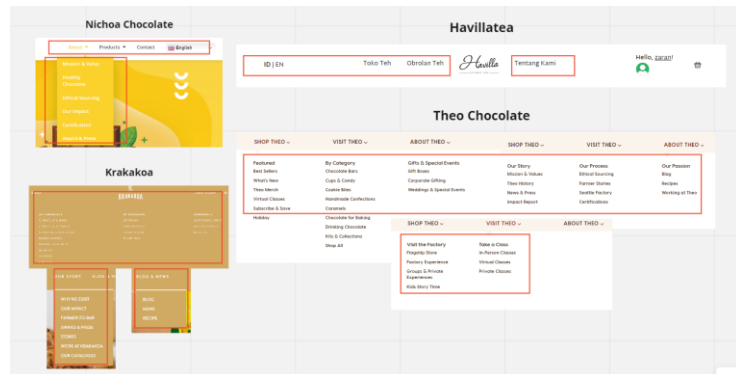
- *Section Banner*



Gambar 3. 4 Analisis Kompetitor *Section Banner*

Banding	Hero Title	Sub Hero Title	Primary Button	Secondary Button
Nichoa Chocolate	Rendah Kalori, Tetap Sehat dengan Nichoa (Low Calorie and Stay Healthy with Nichoa).	Menyediakan berbagai macam olahan coklat yang baik untuk Kesehatan (Providing various kinds of processed chocolate which is good for health).	Mari Berbelanja (Shop Now)	Pelajari Selengkapnya (Learn More)
Krakakoa	Gambar Produk, Save The Orang Utan, Gambar Petani, Customized Box, dan Tolak Angin Cookies (Kolaborasi).	Gambar beberapa highlight produk krakakoa	Tidak Ada Button, melainkan menggunakan interactive gambar yang bisa di klik disetiap bannernya.	-
Havillatea	Kebaikan dan Kebahagiaan melalui Secangkir Teh.	Mengantarkan pengalaman teh yang istimewa ke tempatmu!.	Buat Racikan The-mu	Lihat Pilihan Produk
Theo Chocolate	Spread cheer with the chocolate, Share a chocolate cheers, Made from scratch is better.	Sebuah gambar.	Tidak Ada Button, melainkan menggunakan interactive gambar yang bisa di klik disetiap banernya	Made from Scratch is Better, Award-Winning Chocolate, Sustainable & Organic.

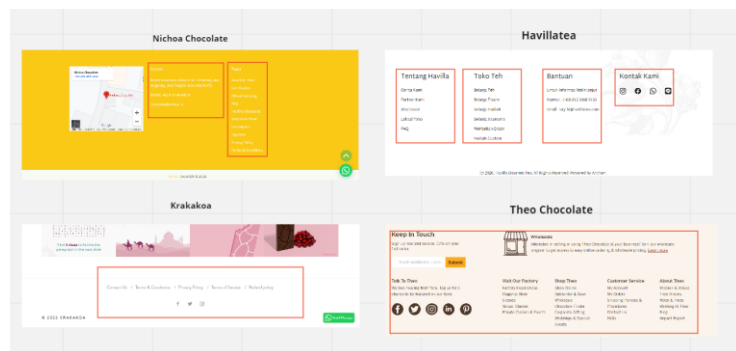
- Section Header



Gambar 3. 5 Analisis Kompetitor Section Header

Nichoa Chocolate	Header pada website nichoa masih terlalu simple selain itu terdapat informasi mengenai pencarian, akun, dan keranjang.
Krakakoa	Terdapat beberapa menu yang di highlight pada halaman utama seperti Home, Shop, Our Story, Blog & News, Akun, Search, dan Cart. Dimana di beberapa menu terdapat dropdown yang menyediakan informasi yang lebih.
Havillatea	Terdapat pilihan menu seperti Bahasa, Toko The, Buat Racikan, Home, Obrolan The, Tentang Kami, Akun, dan Keranjang.
Theo Chocolate	Pada website Theo kali ini hamper sama seperti Krakakoa dimana terdapat beberapa menu yang didalamnya masih ada menu lagi (dropdown). Shop Theo, Visit Theo, About Theo, Location Finder, Search, Account, dan Cart.

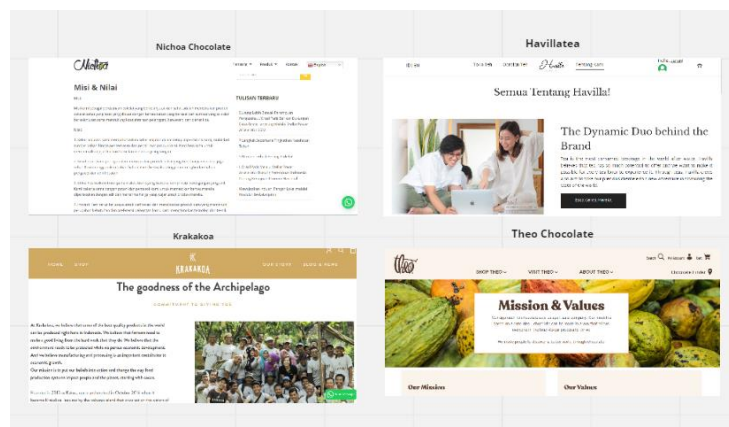
- Section Footer



Gambar 3. 6 Analisis Kompetitor Section Footer

Nichoa Chocolate	Footer pada website Nichoa Chocolate hanya menjelaskan secara garis besar tanpa menyajikan informasi yang menarik mengenai website tersebut.
Krakakoa	Terdapat beberapa menu sederhana dan simple terdiri dari contact us, t&c, privacy policy, tos, refund policy, dan logo sosial media
Havillatea	Terdapat pilihan menu sederhana namun terdapat beberapa informasi yang disajikan dengan sub menu dari menu utama. Seperti Tentang Havilla yang dibawahnya terdapat Cerita Kami, Tentang Kami, dan Lokasi Toko.
Theo Chocolate	Pada website Theo kurang lebih sama dengan Havillatea, tetapi pada website theo dibagian footer lebih rinci mengenai keseluruhan dari website tersebut.

b. Section Mission & Value

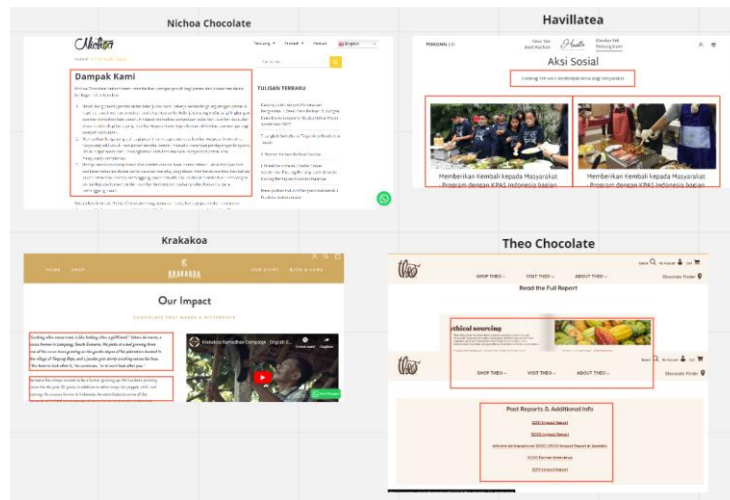


Gambar 3. 7 Analisis Kompetitor Section Mission & Value

Nichoa Chocolate	Mission & value dari Nichoa Chocolate masih menyatu dengan about.
Krakakoa	krakakoa tidak memiliki section khusus untuk itu, tapi mission & value dari krakakoa termasuk dalam bagian section our impact dan dan why we exist.
Havillatea	sama seperti krakakoa, mereka juga tidak memiliki page khusus untuk mission & value, namun disampaikan pada biografi owner di bagian about us bahwa owner ingin menyebarkan kebahagiaan,cinta dan semangat dalam kenikmatan sebuah teh.

Theo Chocolate	pada page mission & value theo berusaha memberitahu bahwa mereka merupakan chocolate factory yang berakar pada kakao. dengan experience selama 17 tahun, misi theo berpusat pada kepuasan dan experience pelanggan dengan menghadirkan produk coklat kualitas terbaik.
-----------------------	--

c. Section Our Impact

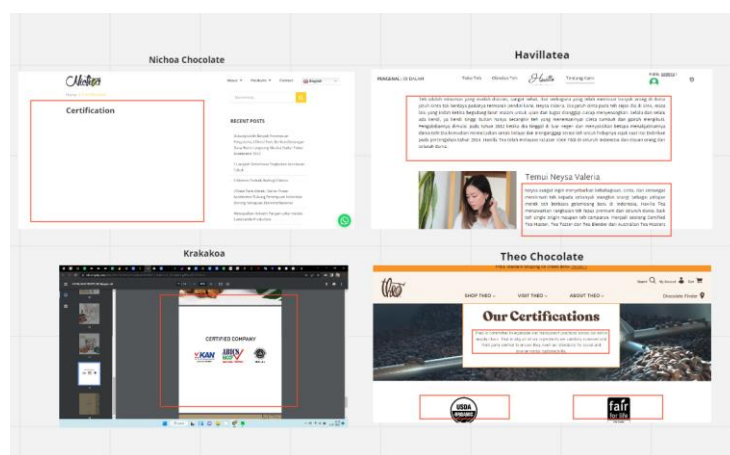


Gambar 3. 8 Analisis Kompetitor Section Our Impact

Nichoa Chocolate	Dengan berpegang teguh pada 3 prinsip utama put people and planet ,before profit. Nichoa berharap dapat memberikan kesempatan pada sumber daya lokal, yaitu petani kakao lokal untuk memberdayakan kehidupannya. Mengingat para petani sering kali dirugikan dalam pembagian margin perdagangan komoditas pertanian, Nichoa memiliki mimpi untuk menjadikan petani memiliki peluang dalam menikmati keuntungan yang lebih dan menempatkan petani memiliki posisi tawar yang layak.
Krakakoa	Diawal tampilan Section ini Krakakoa mengutip kalimat langsung/keluhan langsung dari seorang petani. Lalu dilanjutkan dengan cerita singkat tentang perjalanan petani tersebut dan masalah-masalah yang melanda sektor kakao Indonesia dan rendahnya SDM dalam mengelola kakao tersebut.
Havillatea	Disini Havillatea hadir dengan tagline nya “Kantong teh kecil berdampak besar bagi masyarakat” yang mana Havillatea membantu dalam memberikan pelatihan keterampilan dibidang

	food and beverage kepada masyarakat khususnya kepada teman-teman Komunitas Anak Spesial Indonesia (KPAS).
Theo Chocolate	Theo Chocolate menampilkan pilihan informasi report report tahunan dari impact yang dimulai dari tahun 2019 hingga 2021. Informasi yang tersedia berupa file pdf yang dapat dislide oleh user tentang rincian lengkap dari impact Theo Chocolate.

d. Section Certification



Gambar 3. 9 Analisis Kompetitor Section Certification

Nichoa Chocolate	Penambahan page certification, dan bisa ditambah deskripsi atau penjelasan dari sertifikasi yang didapat lalu di cantumkan juga logo dari sertifikasi tersebut. (Halal, PIRT, HACCP, Organic)
Krakakoa	krakakoa tidak memiliki section khusus untuk certification, mereka meletakkan informasi sertifikasi pada katalog mereka yang bisa didownload pada website.
Havillatea	Havillatea juga memiliki page khusus untuk certification dan mereka tidak menjelaskan secara detail sertifikasi dari brand mereka, mereka hanya menjelaskan owner yang sudah bersertifikasi Tea master pada bagian about us.
Theo Chocolate	Pada bagian page certification, theo menjelaskan informasi sertifikasi dan sertifikasi apa saja yang mereka dapat beserta deskripsinya dengan penambahan logo.

Yang mana dari hasil analisis *website* kompetitor ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Dibandingkan dengan *website* kompetitor yang lain, Nichoa Chocolate dapat menyampaikan *welcome text*, produk unggulan, *healthy chocolate* dan *hero title* yang dapat menyampaikan bahwa Nichoa Chocolate membantu petani kakao dari segala aspek.
2. Dibandingkan dengan *website* kompetitor yang lain, *Header* pada *website* Nichoa Chocolate masih terlalu simple mengenai menu informasi yang disajikan.
3. Dibandingkan dengan *website* kompetitor yang lain, Pada *website* Nichoa Chocolate menyajikan item menu produk yang digunakan untuk *Immune Booster*, *Pregnancy*, dan *Sleeping Well*. Namun didalam item menu produk tersebut hanya mempunyai satu produk.
4. *Mission & value* dari Nichoa Chocolate sudah jelas namun *page* masih menyatu dengan *about*, bisa dibuat *page* terpisah khusus untuk menjelaskan *mission & value* dari Nichoa Chocolate.
5. Diantara kompetitor yang lain, Nichoa Chocolate memiliki *positioning/value* yaitu didalam kandungan produknya memiliki asam folat yang cocok untuk dikonsumsi oleh wanita hamil dan produk-produk Nichoa Chocolate juga menggunakan bahan baku *plantbased* (bahan-bahan nabati) sehingga aman dan bermanfaat untuk kesehatan tubuh.

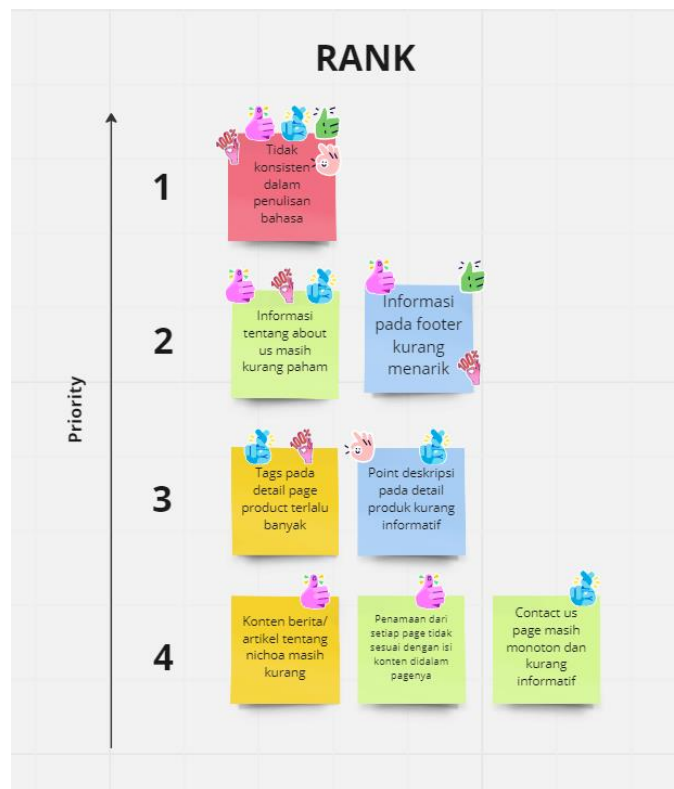
Berikut adalah link untuk melihat dokumen analisis *website* kompetitor secara lengkap : bit.ly/FileAnalysisCompetitor

B. Pain Points



Gambar 3. 10 Pain Points Website Nichoa Chocolate

Pada tahap ini penulis mengumpulkan permasalahan yang telah didapatkan kedalam bentuk *Pain Points* atau masalah yang dialami pengguna. Setelah mendapatkan banyak *pain points* dari diskusi tim, penulis menentukan prioritas *pain points*. Ini bertujuan agar penulis dan tim tau mana prioritas masalah yang harus di selesaikan terlebih dahulu.



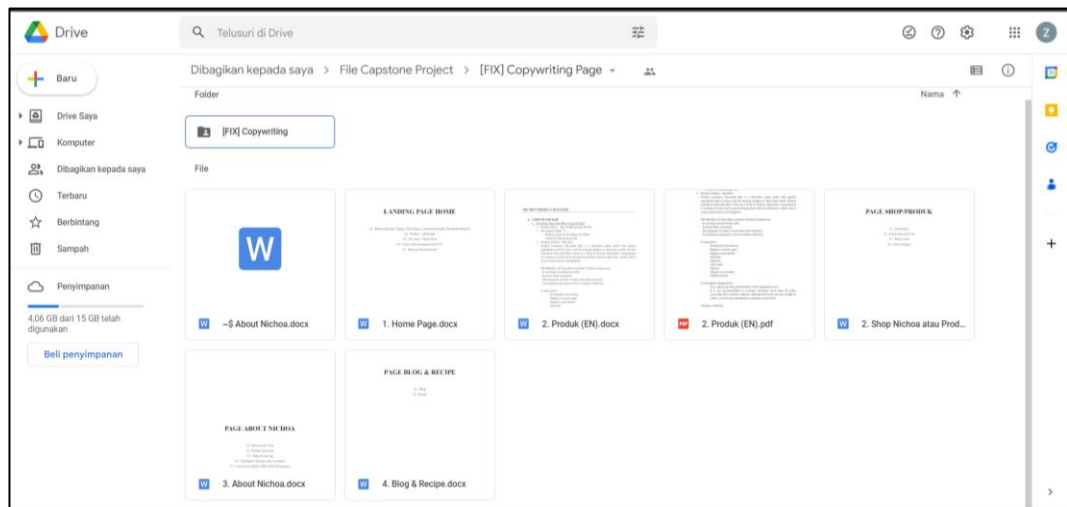
Gambar 3. 11 Priority Pain Points

1.2.3 Ideate

Ideate adalah proses menghasilkan ide dan solusi. Pada tahap ini Penulis dan tim mencoba memberi solusi dan ide-ide untuk menyelesaikan masalah yang ada pada tahap *define* sebelumnya. Untuk memudahkan dalam melakukan *brainstorming* guna mencari solusi untuk permasalahan yang ada. Langkah pertama yang dilakukan adalah membuat *list copy requirement* dan dilanjutkan dengan memasukkan *draft copywriting* kedalam *design UI*.

A. Membuat List Copy Requirement

Pada tahap ini dibuat beberapa *file word* yang bisa diakses oleh masing-masing anggota kelompok untuk menulis *copywriting* dan *content* yang sudah didapat dari “*Proses me-time seorang UX Writing*” yang berdasarkan analisis kompetitor dan *pain points* yang didapat.



Gambar 3. 12 Dokumen *List Copy Requirement*

B. Memasukkan *Draft Copywriting* Kedalam *Design UI*

Pada tahap ini data-data yang telah tersedia didalam dokumen *list copy requirement* dimasukkan kedalam *UI Design* yang telah dibuat oleh kelompok 1 di *software Figma*.

1.2.4 Prototyping

Pada tahap ini *file copywriting* dimasukkan dan dikomparasikan kedalam *UI Design* yang sudah dibuat oleh kelompok 1 sebelumnya. Disini penulis juga menampilkan tampilan *UI Design* sebelum dan sesudah direvitalisasi agar terlihat perbandingannya.

A. Page Home



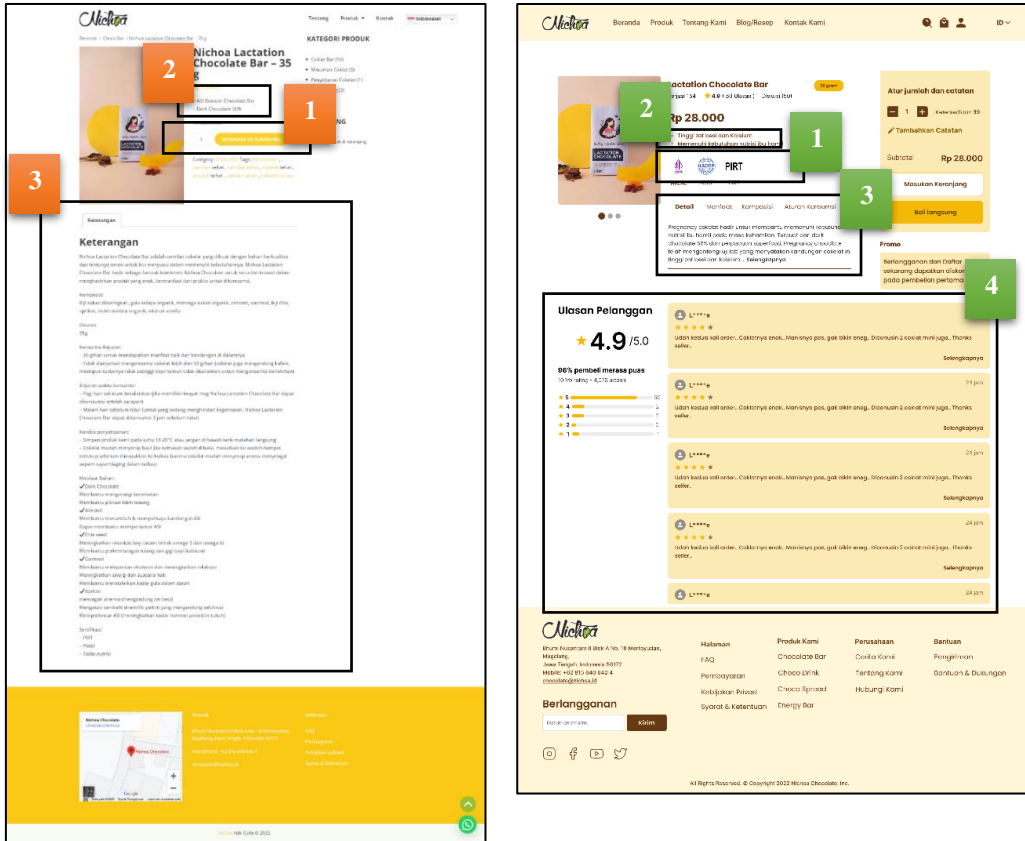
Gambar 3. 13 UI Design Page Home

Before	After
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak suku kata pada baner utama website Nichoa Chocolate, yaitu ada 7 suku kata dan 55 huruf. 2. Gambar content yang disajikan pada background kurang menonjolkan dari produk-produk yang tersedia pada Nichoa Chocolate dan kurang menarik untuk dilihat oleh pelanggan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyederhanakan teks hero title menjadi 6 Kata 41 huruf. 2. Menambahkan teks subhero title pada tampilan. 3. Mengubah background dari section yang memperlihatkan biji kakao dan produk olahan Nichoa Chocolate yang sudah jadi. 4. Menambah section tentang produk terlaris beserta harga dan berat kemasannya. 5. Menambah section tentang cerita kami yang berisi informasi singkat tentang latar belakang Nichoa Chocolate. 6. Menyederhanakan section tentang testimoni yang didapat dari pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi produk olahan Nichoa Chocolate.

B. Page Shop

Before

After



Gambar 3. 14 UI Design Page Shop

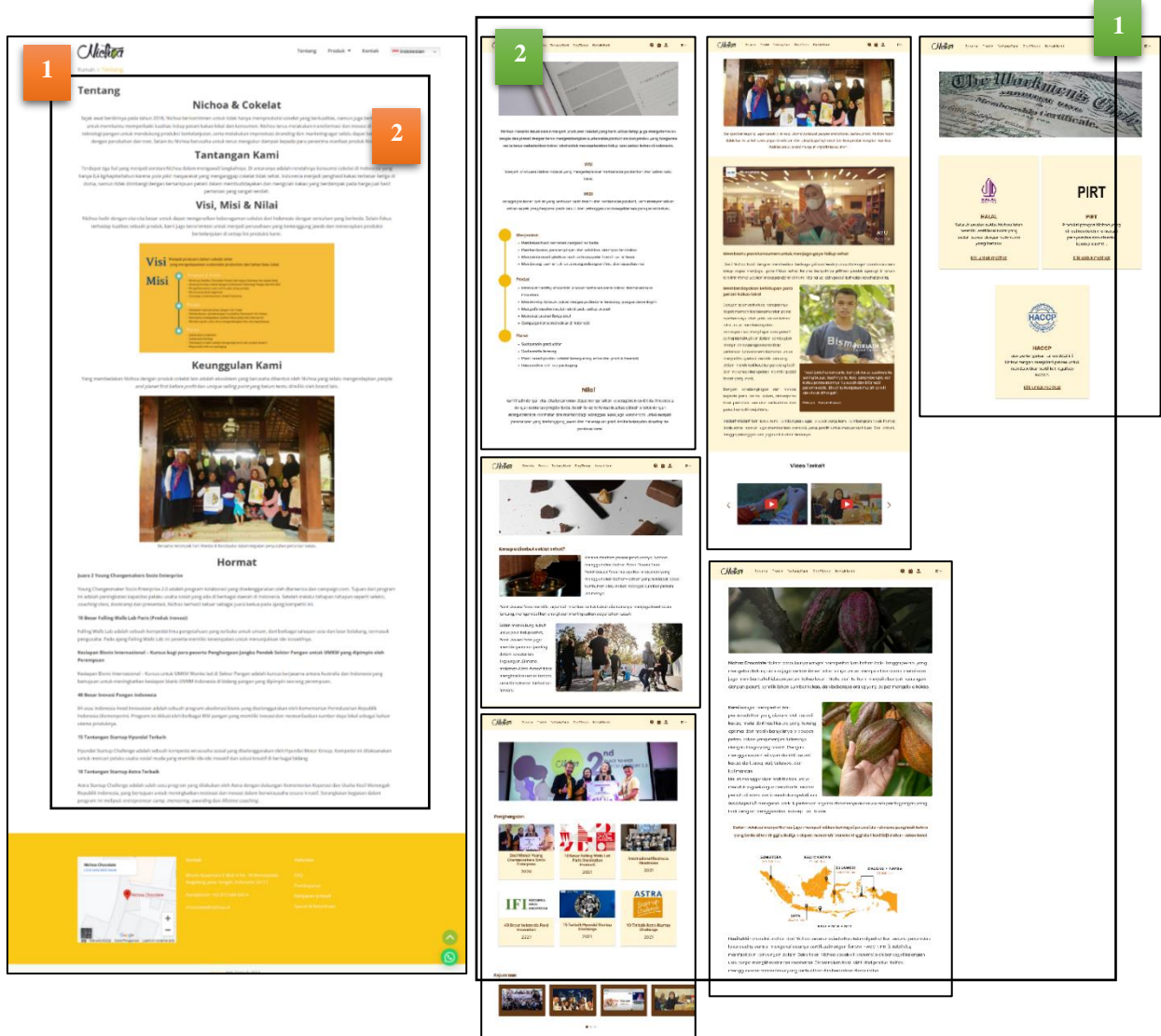
Before	After
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada section ini tidak terdapat tulisan atau logo sertifikasi yang didapat dari produk 2. informasi dari poin-poin deskripsi produk masih kurang informatif 3. hanya tersedia satu kolom informasi yaitu keterangan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambahkan beberapa sertifikat/label 2. Mengubah poin-poin deskripsi agar informasi terkait produk bisa lebih spesifik sesuai kebutuhannya 3. Membagi beberapa column tentang detail, manfaat, komposisi dan aturan konsumsi agar informasi yang bisa dibaca oleh user sesuai dengan keinginannya dan teks informasi yang ditampilkan akan

memiliki space yang membuat kenyamanan dalam membaca.
 4. Menambahkan section tentang ulasan para pelanggan

C. Page About Us

Before

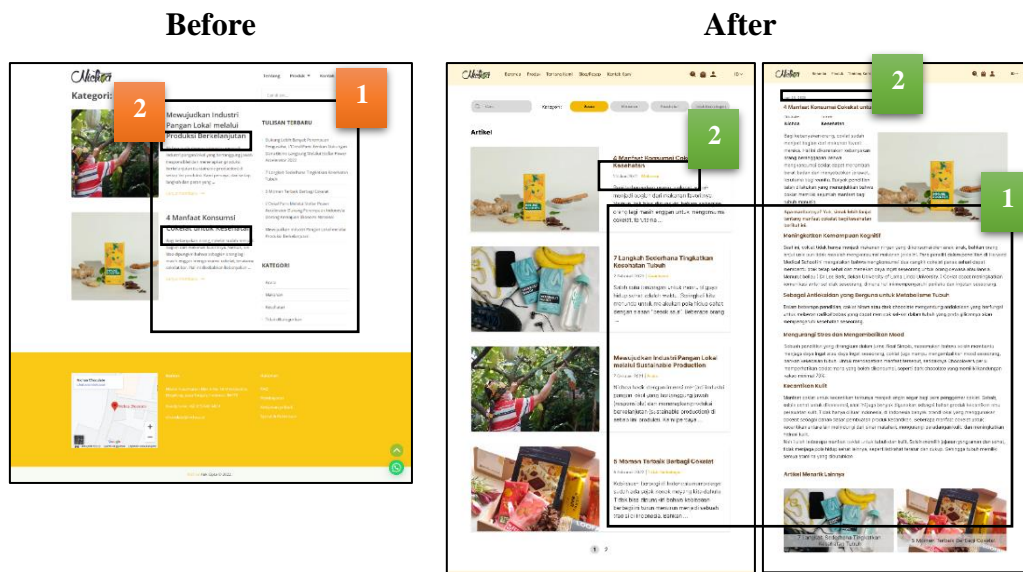
After



Gambar 3. 15 UI Design Page About Us

Before	After
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan website Nichoa Chocolate hanya menampilkan informasi secara garis besar saja dalam satu halaman 2. kemudian penulisan bahasa Indonesia dan bahasa inggris masih tergolong berantakan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat beberapa page yang berhubungan dengan About Us, seperti Healthy Chocolate, Ethical Sourcing, Our Impact, Certification, dan Award & Press. 2. Membuat highlight setiap page yang memuat informasi mengenai halaman tersebut dan mengkoordinir penggunaan bahasa inggris dan bahasa indonesia yang tepat

D. Page Blog



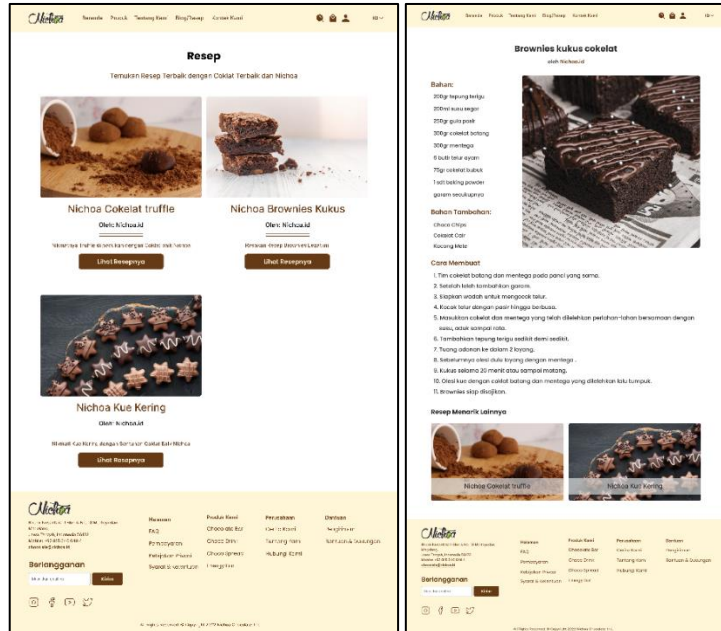
Gambar 3. 16 UI Design Page About Us

Before	After
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada section ini penulisan kata masih belum konsisten 2. Tidak adanya keterangan mengenai kategori atau tanggal blog itu di publish. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat bahasa yang di gunakan lebih konsisten sesuai pilihan bahasa yang diinginkan (ID / EN) 2. Membuat tanggal beserta kategori blog artikel

E. Page Recipe

Before

After

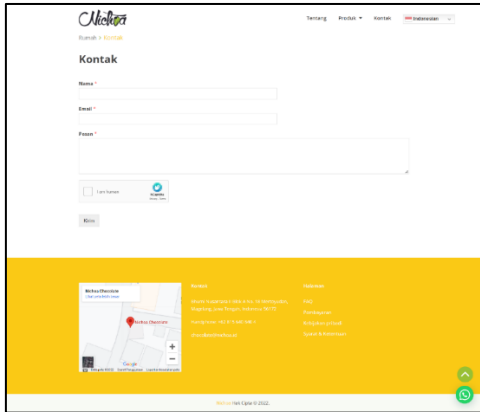


Gambar 3. 17 UI Design Page Recipe

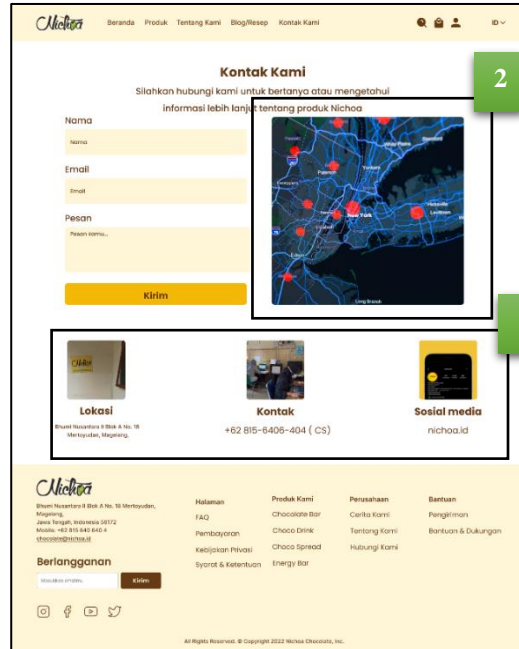
Before	After
<p>- Tidak ada informasi mengenai recipe/kandungan produk</p>	<p>1. Membuat informasi mengenai resep olahan dari coklat Nichoa yang sebelumnya tidak terdapat pada website</p>

F. Page Contact Us

Before



After



Gambar 3. 18 UI Design Contact Us

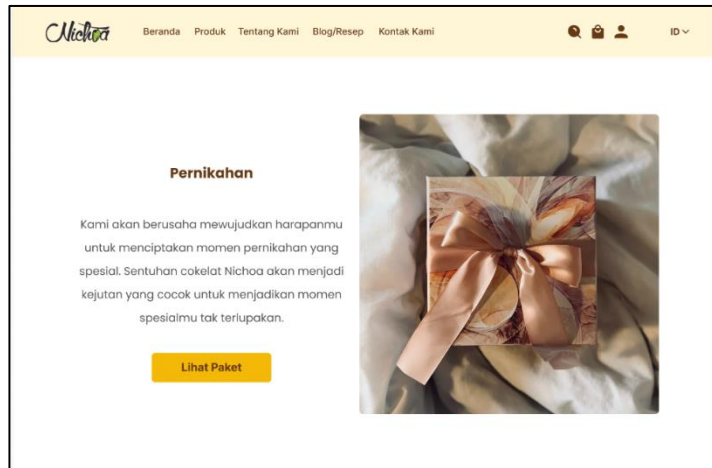
Before	After
<p>1. Tidak dicantumkan alamat, kontak dan sosial media dari Nichoa Chocolate sehingga sulit untuk user menemukan detail kontak.</p>	<p>1. Menambahkan detail lokasi, kontak dan sosial media nichoa agar memudahkan user untuk menghubungi pihak nichoa.</p> <p>2. Menambahkan informasi map yang menunjukkan letak alamat yang akurat.</p>

G. Page Pernikahan (*Our Wedding*)

Before



After



Gambar 3. 19 UI Design Page Our Wedding

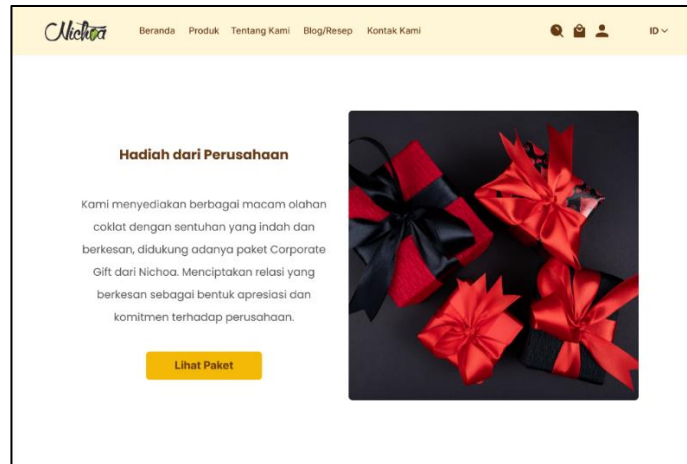
Before	After
<p>- Tidak ada informasi mengenai paket Pernikahan (<i>Our Wedding</i>)</p>	<p>1. Membuat informasi mengenai Pernikahan (<i>Our Wedding</i>) dari Nichoa Chocolate yang tidak terdapat pada website sebelumnya. Page ini dibuat untuk memberikan informasi bahwa Nichoa Chocolate menyiapkan paket dan siap untuk mewujudkan momen pernikahan yang tak terlupakan.</p>

H. Page Hadiah dari Perusahaan (*Corporate Gifting*)

Before



After



Gambar 3. 20 UI Design Corporate Gifting

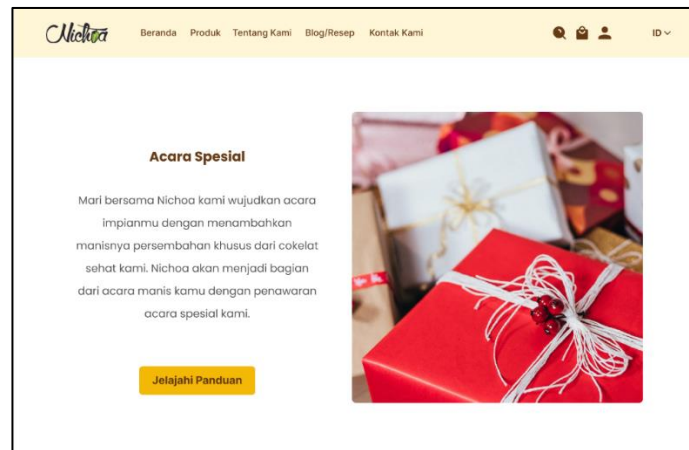
Before	After
<p>- Tidak ada informasi mengenai paket Hadiah dari Perusahaan (<i>Corporate Gifting</i>)</p>	<p>1. Membuat informasi mengenai Hadiah dari Perusahaan (<i>Corporate Gifting</i>) dari Nichoa Chocolate yang tidak terdapat pada website sebelumnya. Page ini dibuat untuk memberikan informasi bahwa Nichoa Chocolate menyediakan paket hadiah yang ditujukan untuk menciptakan relasi sebagai bentuk apresiasi komitmen terhadap perusahaan</p>

I. Page Acara Spesial (Special Event)

Before



After



Gambar 3. 21 UI Design Special Event

Before	After
<p>- Tidak ada informasi mengenai paket Acara Spesial (Special Event)</p>	<p>1. Membuat informasi mengenai Acara Spesial (Special Event) dari Nichoa Chocolate yang tidak terdapat pada website sebelumnya. Page ini dibuat untuk memberikan informasi bahwa Nichoa Chocolate menyediakan paket spesial dan penawaran menarik terhadap acara yang ingin dibuat oleh para pelanggan.</p>