



UNIVERSITAS DIPONEGORO

**PRODUKSI *MERCHANDISE* SEBAGAI
PENDUKUNG CITRA MEREK UNTUK MENINGKATKAN
LOYALITAS PELANGGAN PERUSAHAAN
BERBASIS TEKNOLOGI (*START-UP*)
JUMPSTART INDONESIA**

TUGAS AKHIR

Janetta Eirena Budhyani

40020620650044

**PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2024**



**PRODUKSI *MERCHANDISE* SEBAGAI
PENDUKUNG CITRA MEREK UNTUK MENINGKATKAN
LOYALITAS PELANGGAN PERUSAHAAN
BERBASIS TEKNOLOGI (*START-UP*)
JUMPSTART INDONESIA**

LAPORAN TUGAS AKHIR

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Program Studi S.Tr. Informasi Dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi
Universitas Diponegoro Semarang

Oleh :

Janetta Eirena Budhyani 40020620650044

**PROGRAM STUDI STR. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITA DIPONEGORO**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil karya ilmiah baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil karya ilmiah lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi/penjiplakan.

Nama : Janetta Eirena Budhyani

NIM : 40020620650044

Tanda Tangan:



Tanggal : 25 Maret 2024

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

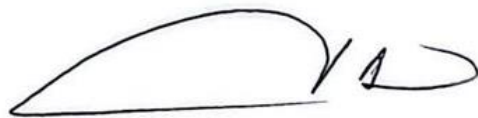
PRODUKSI *MERCHANDISE* SEBAGAI PENDUKUNG CITRA MEREK UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PERUSAHAAN BERBASIS TEKNOLOGI (*START-UP*) JUMPSTART INDONESIA

Oleh,

**Janetta Eirena Budhyani
40020620650044**

Semarang, September 2024

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing



Agus Naryoso, S.Sos., M.Si
NIP. 197508312002121002

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Janetta Eirena Budhyani
NIM : 40020620650044
Program Studi : S.Tr Informasi dan
Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi *Merchandise* sebagai Pendukung
Citra Merek untuk Meningkatkan Loyalitas
Pelanggan Perusahaan Berbasis Teknologi
(*Start-Up*) Jumpstart Indonesia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Pembimbing : Agus Naryoso, S.Sos., M.Si.

NIP. 197508312002121002

Penguji 1 : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

Penguji 2 : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S

NIP. 196110261987021001

Semarang,

Ketua Prodi Informasi dan Humas

Dra. Sri Indrahti, M. Hum

NIP 96602151991032001

KATA PENGANTAR

Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat yang harus diselesaikan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi STr. Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang.

Puji syukur penulis haturkan kehadirat Tuhan, yang telah memberikan berkat, hikmat, serta pertolongan-Nya kepada penulis, sehingga laporan tugas akhir yang berjudul “Produksi *Merchandise* Sebagai Pendukung Citra Merek Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Perusahaan berbasis Teknologi (*Start-Up*) Jumpstart Indonesia” dapat diselesaikan dengan lancar.

Pada tugas akhir ini membahas tentang tahapan-tahapan yang dilakukan mulai dari persiapan/pra-produksi, proses produksi, dan pascaproduksi merchandise Jumpstart Indonesia. Besar harapan projek tugas akhir ini dapat mendukung serta meningkatkan citra perusahaan berbasis teknologi start-up, yaitu Jumpstart Indonesia. Adapun pembahasan penulisan tugas akhir ini diuraikan menjadi lima bab sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN, dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah yang nantinya dapat menjadi landasan dasar dalam pemilihan project desain merchandise bagi Jumpstart Indonesia, yang tentu disertai dengan data-data pendukung, merancang perumusan masalah serta tujuan dilakukannya perancangan project, manfaat yang dihasilkan dari project ini baik secara teoritis, praktis, dan sosial, serta luaran yang dihasilkan dalam project Tugas Akhir ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, bab ini berisi mengenai kumpulan dan rangkuman kajian karya terdahulu yang relevan untuk dijadikan sebagai acuan dan landasan konsep yang digunakan dalam project ini.

BAB III METODE, pada bab ini dipaparkan mengenai profil klien beserta penjelasan mengenai diagram alur pengerjaan projek tugas akhir ini yang dilakukan melalui tiga tahap yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Dipaparkan juga mengenai konsep dari penciptaan karya, rancangan atau sketsa awal dari project desain merchandise, tata cara pembuatan project, proses pengujian yang dilakukan, hingga dengan timeline pelaksanaan dan rancangan anggaran dana.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, berisi mengenai analisis masalah dalam proses produksi beserta pemaparan hasil akhir dari rancangan desain, serta memaparkan hasil pengujian dan review.

BAB V PENUTUP, berisi mengenai kesimpulan dan saran yang diberikan oleh penulis.

Penulis tentu menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima saran dan juga kritik yang membangun. Penulis mengharapkan bahwa tugas akhir ini dapat berguna bagi penulis dan pada pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, September 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'D' followed by a series of loops and a final horizontal stroke.

Penulis

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Kuatkan dan teguhkanlah hatimu, janganlah takut dan gemetar karena mereka, sebab Tuhan, Allahmu, Dialah yang berjalan menyertai engkau; Ia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau.” (Ulangan 31:6)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan pada:

- 1. Segenap civitas akademik Universitas Diponegoro Semarang dan para dosen yang sudah berperan memberikan tenaga dan juga pikirannya untuk mendidik dan membimbing sehingga saya dapat menyelesaikan studi saya di Universitas Diponegoro*
- 2. Kedua orang tua saya yang saya sayangi dan cintai atas segala pengorbanan, cinta kasih , dan juga perjuangannya untuk memberikan pendidikan yang layak sampai jenjang perguruan tinggi dan mendapat gelar sarjana.*
- 3. Kepada diri saya sendiri yang sudah selalu berusaha melalui berbagai macam rintangan dan terus bekerja keras hingga sampai pada titik*

Janetta Eirena Budhyani

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur dihaturkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kesehatan, berkat, hikmat, tuntunan dan pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini yang berjudul “Produksi *Merchandise* Sebagai Pendukung Citra Merek Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Perusahaan berbasis Teknologi (*Start-Up*) Jumpstart Indonesia” dengan baik dan lancar.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama masa penyusunan tugas akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin berterima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu Dra. Sri Indrahti, M. Hum selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Hubungan Masyarakat Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang.
2. Mas Agus Naryoso, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing penulis yang telah membimbing serta memberi arahan kepada penulis secara detail dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Mbak Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom dan Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S selaku dosen penguji sidang tugas akhir yang telah memberikan masukan dan juga semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
4. Jumpstart Indonesia yang telah menjadi wadah untuk berkembang dan membimbing penulis selama pelaksanaan magang hingga dalam menyelesaikan project Tugas Akhir.
5. Kedua orang tua yang sangat penulis sayangi (Budhi Hartono dan Rachel Suryani) dan kakak (Jessica Budhyani), yang tidak pernah berhenti untuk memberikan dukungan doa, dukungan moril dan materil. Terimakasih untuk segala bentuk cinta yang besar dan tak terhingga, selalu mengupayakan lebih dari yang terbaik agar penulis dapat mengemban pendidikan yang layak dan selalu mendukung segala langkah hidup yang penulis ambil. Semoga cinta kasih Tuhan dan berkat Tuhan yang berlimpah selalu menyertai langkah mereka. Netta sayang Bapak, Ibu, Mbak.
6. Adhitya Darmawan sebagai orang terdekat penulis yang sangat berjasa, yang tidak pernah berhenti memberikan dukungannya, menyiapkan telinganya untuk segala keluhan penulis, dan dengan sepenuh hati menemani di setiap *progress* yang ada. Terimakasih selalu meyakinkan penulis untuk percaya pada kemampuan diri penulis,

dan telah hadir menjadi sebaik-baiknya manusia. Semoga Tuhan membalas segala ketulusan dan kebbaikannya.

7. Rossa Zahra, Regitya Putri, Safira Putri, Rizqy Annisa, Khusnul Asy Syifa, Gabriel Imanta Wonok, Jefany Gressela Sitepu, Raditya Ari Vernandito, selaku sahabat terdekat dan rumah kedua yang selalu hadir dan membersamai setiap langkah perjuangan untuk selalu bertumbuh selama di masa perkuliahan. Terimakasih karena telah menjadi pilar kekuatan selama proses panjang ini. Tak ada kata yang cukup untuk menggambarkan rasa syukur dikelilingi oleh manusia-manusia yang akan selalu hadir dalam segala bentuk baiknya. Untuk semua tawa, obrolan tengah malam, dan doa-doa yang tak pernah terputus, akan tersimpan rapi, abadi dalam memori. Semoga segala kebaikan dunia dilimpahkan untuk mereka.
8. Terakhir dan yang teramat penting, terima kasih kepada diri saya sendiri, Janetta Eirena Budhyani. Untuk setiap detik yang dihabiskan dalam kebimbangan, setiap malam yang penuh dengan perjuangan, dan setiap hari di mana memilih untuk terus melangkah dan berjuang. Terima kasih telah terus percaya pada kemampuan dan impianmu, walaupun sering kali diragukan oleh banyak hal, termasuk dirimu sendiri. Semoga jadi pribadi yang selalu keras kepala dengan mimpi-mimpinya, “Kamu lebih dari apa yang kamu bayangkan”. Mari rayakan segala pergerakan dan langkah-langkah kecil sebagai sebuah rasa syukur. Hari esok, lebih kuat dan lebih tegar dari sebelumnya.

ABSTRAK

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran merchandise berupa laptop sleeve, totebag, diffuser, tumbler stainless steel, dan tumbler sleeve yang sudah disesuaikan berdasarkan tren dari minat atau kebiasaan masyarakat moderen yang mengkonsumsi kopi sehingga mendorong beberapa korporat/instansi/komunitas melakukan pemasangan vending machine kopi secara instan, dalam upaya perusahaan mendukung pembentukan citra merek serta meningkatkan loyalitas pelanggan pada perusahaan teknologi (start-up). Dalam iklim persaingan digital yang semakin ketat, start-up perlu mengadopsi strategi pemasaran yang inovatif untuk membentuk citranya sebagai sebuah ciri khas dari pesaing sekaligus memperkuat hubungan dengan pelanggan. Merchandise sebagai bagian dari elemen branding, memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi positif dan menciptakan ikatan emosional dengan konsumen. Pengumpulan data dilakukan melalui survei kepada pelanggan untuk menilai efektivitas merchandise dalam membangun loyalitas. Temuan proyek TA menunjukkan bahwa merchandise tidak hanya berperan sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana penting dalam menyampaikan identitas dan nilai-nilai perusahaan. Merchandise yang berkualitas dan didesain dengan baik berperan penting dalam meningkatkan kesadaran merek dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Dari proyek TA ini, dapat disimpulkan bahwa produksi merchandise yang dirancang secara strategis dan sesuai dengan audiens target mampu menjadi alat yang efektif untuk memperkuat citra merek dan meningkatkan loyalitas pelanggan, khususnya bagi perusahaan yang berbasis teknologi di pasar yang kompetitif.

Kata kunci: merchandise, citra merek, loyalitas pelanggan, perusahaan teknologi, start-up

Abstract

This final project aims to explore the role of merchandise such as laptop sleeves, tote bags, diffusers, stainless steel tumblers, and tumbler sleeves, which have been tailored to align with modern coffee consumption trends. This initiative encourages various corporations, institutions, and communities to install instant coffee vending machines, supporting companies in building brand image and enhancing customer loyalty within the technology start-up sector. In an increasingly competitive digital landscape, start-ups need to adopt innovative marketing strategies to establish a distinct brand identity while strengthening relationships with customers. Merchandise, as part of branding elements, plays a significant role in shaping positive perceptions and creating emotional connections with consumers. Data collection was conducted through surveys of customers to assess the effectiveness of merchandise in building loyalty.

The findings of this project indicate that merchandise not only serves as a promotional tool but also as an important means of conveying the company's identity and values. High-quality and well-designed merchandise is crucial in increasing brand awareness and reinforcing customer loyalty.

From this project, it can be concluded that strategically designed merchandise that resonates with the target audience can be an effective tool for strengthening brand image and enhancing customer loyalty, particularly for technology-based companies in a competitive market.

Keywords: merchandise, brand image, customer loyalty, technology companies

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan	11
1.4 Manfaat	12
1.4.1 Manfaat Akademik.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.4.3 Manfaat Sosial.....	12
1.5 Luaran	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Karya Terdahulu	14
2.2 Landasan Konsep	16
2.2.1 Citra Positif	16
2.2.2 Pelanggan Loyal.....	19
2.2.3 Customer Relations	22
2.2.4 Desain.....	23
2.2.5 Komunikasi Visual.....	28
2.2.6 Media Public Relations.....	30
2.2.7 Merchandise.....	31

BAB III METODE	33
3.1 Profil Klien.....	33
3.2 Target Customer	34
3.3 Bagan Alur Pembuatan	34
3.4 Metode Pelaksanaan	34
3.3.1 Pra Produksi	34
3.3.2 Produksi.....	35
3.3.3 Pasca Produksi.....	36
3.4 Konsep Penciptaan Karya.....	36
3.4.1 Laptop Sleeve.....	37
3.4.2 Totebag.....	38
3.4.3 Diffuser.....	39
3.4.4 Tumbler Stainless Steel.....	40
3.4.5 Tumbler Sleeve	40
3.4.6 Warna	41
3.4.7 Logo	43
3.5 Rancangan Karya.....	43
3.5.1 Desain Utama	43
3.5.2 Laptop Sleeve.....	45
3.5.3 <i>Tote bag</i>	45
3.5.4 Diffuser.....	46
3.5.5 Tumbler stainless steel	46
3.5.6 Tumbler sleeve	47
3.6 Tata Cara Pembuatan.....	48
3.6.1 Pembuatan Desain Utama	48
3.6.2 Pembuatan <i>Tote Bag</i>	49
3.6.3 Pembuatan Laptop <i>Sleeve</i>	50
3.6.4 Pembuatan <i>Diffusser</i>	51

3.6.5 Pembuatan <i>Tumbler</i>	52
3.6.6 Pembuatan Tumbler Sleeve	53
3.7 Proses Pengujian	53
3.8 Timeline Pelaksanaan	54
3.9 Rancangan Anggaran Dana	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Analisis Masalah dan Hasil	56
4.1.1 Hasil Desain Utama.....	56
4.1.2 Hasil Desain Laptop Sleeve	61
4.1.3 Hasil Desain Totebag	63
4.1.4 Hasil Desain Diffuser	64
4.1.5 Hasil Desain Tumbler Stainless Steel	65
4.1.6 Box Packaging Merchandise	67
4.2 Hasil Review (Pengujian)	69
BAB V PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penyebaran Lokasi Smart Vending Machine Jumpstart Tahun 2023 di Region 1 : Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya.....	2
Gambar 1. 2 Data Performa grafik konten Instagram.....	6
Gambar 1. 3 Hasil Survey Kuesioner Customer mengenai Kerelevansian Merchandise dengan Minat dan Kebutuhan Customer.....	7
Gambar 1. 4 Hasil Survey Kuesioner Customer mengenai Tingkat Pengaruh Merchandise dengan Pengalaman Customer	8
Gambar 1. 5 Hasil Survey Kuesioner Customer mengenai Tingkat Pengaruh Merchandise terhadap keputusan mereka menjadi pelanggan setia	9
Gambar 1. 6 Hasil Survey Kuesioner Customer mengenai Adanya Perasaan Spesial dan Terapresiasi dengan adanya Pemberian Merchandise	10
Gambar 3. 1 Logo Perusahaan Jumpstart Indonesia.....	33
Gambar 3. 2 Warna Key Visual Jumpstart Indonesia.....	42
Gambar 3. 3 Logo Perusahaan Jumpstart Indonesia.....	43
Gambar 3. 4 Rancangan desain Utama untuk merchandise.....	43
Gambar 3. 5 Rancangan Desain Laptop Sleeve.....	45
Gambar 3. 6 Rancangan Desain Tote Bag	45
Gambar 3. 7 Rancangan desain diffuser	46
Gambar 3. 8 Rancangan desain tumbler stainless steel	46
Gambar 3. 9 Rancangan Desain Tumbler Sleeve	47
Gambar 4. 1 Hasil Survey Kepuasan Terhadap Tampilan Desain.....	69
Gambar 4. 2 Hasil Survey Kepuasan Terhadap Relevansi Merchandise	70
Gambar 4. 3 Hasil Survey Terhadap Kesan Terhadap Perusahaan	70
Gambar 4. 4 Hasil survey terhadap representasi perusahaan melalui merchandise.....	71
Gambar 4. 5 Hasil Review Desain Merchandise	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Customer Pemasangan Smart Vending Machine Coffee Jumpstart.....	4
Tabel 3. 1 Tabel Timeline Pelaksanaan	54
Tabel 3. 2 Tabel Rancangan Anggaran	55
Tabel 4. 1Hasil Akhir Laptop Sleeve	62
Tabel 4. 2 Hasil Akhir Desain Totebag.....	63
Tabel 4. 3 Hasil Akhir Desain Diffuser.....	64
Tabel 4. 4 Hasil Akhir Desain Tumbler	66
Tabel 4. 5 Hasil Akhir Desain Box Packaging.....	68