

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Wisata Arenan Kalikeseek merupakan tempat rekreasi yang terletak di Desa Sriwulan, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal. Merupakan tempat wisata yang menyajikan keindahan alam, dan fasilitas wahana bermain, didirikan sejak tahun 2022 Wisata Arenan Kalikeseek konsisten untuk terus berkembang dengan memberikan fasilitas bermain yang layak bagi pengunjung dan terus mempromosikan tempat wisata serta memanfaatkan hasil perkebunan pohon aren. Wisata Arenan Kalikeseek berkomitmen untuk dapat memberikan pengalaman wisata yang berkesan untuk keluarga dengan tagline #BahagiaBersamaKeluarga selain itu sebagai tempat rekreasi Wisata Arenan Kalikeseek menunjukkan tekadnya untuk memberikan pengalaman wisata yang berkesan bagi keluarga.

Sebagai tempat wisata yang memberikan fasilitas keindahan alam dan wahana air untuk anak-anak, namun saat ini Wisata Arenan Klikekek masih belum maksimal dalam melakukan promosi kepada publik. Oleh karena itu Wisata Arena Kalikeseek perlu melakukan inovasi dengan menggunakan media promosi yang dapat difungsikan sebagai alat promosi untuk meningkatkan kesadaran pengunjung dan masyarakat terhadap identitas brand destinasi Wisata Arenan Kalikeseek. Mengidentifikasi bahwa sebagai destinasi rekreasi Wisata Arenan Kalikeseek belum memiliki media *public relations* berupa *merchandise kit* untuk memperkuat identitas brand Wisata Arenan Kalikeseek. Berdasarkan hasil pra-survei responden masih salah dalam menentukan identitas brand yang dimiliki, melalui *merchandise* adalah bentuk upaya sebagai media promosi pariwisata. Proses pembuatan desain *merchandise* juga harus memiliki desain yang mencerminkan karakteristik Wisata Arenan Kalikeseek, selain itu *merchandise* juga dapat difungsikan sebagai media promosi bagi Wisata Arenan Kalikeseek, dengan menghasilkan produk yang dapat dimanfaatkan serta memiliki kegunaan penting bagi pemiliknya.

4.2 Analisa Masalah

Wisata Arena Kalikeseek merupakan tempat rekreasi yang berperan dalam perkembangan wisata di Desa Sriwulan, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal, merupakan sektor pariwisata yang berpotensi untuk perkembangan desa dengan memanfaatkan keindahan alam dan hasil kebun dari olahan pohon aren, namun tantangan yang dihadapi Wisata Arenan Kalikeseek adalah rendahnya pengetahuan pengunjung mengenai logo identitas brand Wisata Arena Kalikeseek. Banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Wisata Arenan Kalikeseek masih salah dalam menentukan logo identitas brand, dalam konteks ini menjadi permasalahan bagi pengelola Wisata Arena Kalikeseek karena belum maksimal dalam memperluas logo sebagai identitas brand. Untuk mencapai kegiatan promosi secara efektif pengelola perlu mengatasi kendala tersebut dengan meningkatkan komunikasi kepada publik secara langsung, dengan salah satu cara yang dapat dilakukan melalui pembuatan media promosi berupa *merchandise kit*.

Pembuatan *merchandise kit* juga harus memperhatikan fisibilitas yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dengan desain yang dibuat menarik tetapi tetap dapat menyampaikan pesan tempat wisata kepada pengunjung, perancangan desain merchandise yang baik dapat mendukung citra dan memperkuat identitas yang dimiliki kepada publik. Adanya perancangan desain merchandise ini bertujuan untuk memperkuat logo identitas brand kepada publik dengan melalui media promosi, selain itu hasil produksi merchandise dapat dijadikan sebagai cenderamata atau kenang-kenangan.

4.3 Pra Produksi

4.3.1 Penentuan Konsep

Pada penentuan konsep tidak ada perubahan, konsep yang digunakan masih mengutamakan karakteristik wisata Arenan Kalikeseek dengan menggambarkan keindahan alam dan tagline Wisata Arenan Kalkeseek yaitu #BahagiaBersamaKeluarga dan #DulurArenan. Dalam pemilihan tipografi terjadi perubahan berdasarkan hasil kesepakatan yang telah di diskusikan bersama klien, tipografi pada awalnya menggunakan font Chewy lalu diubah menggunakan font

Bond Time dan Alphakid dan penambahan warna yaitu hijau muda dengan kode #09813D. Rancangan disesuaikan dengan tetap merancang lima desain untuk lima item produk *merchandise kit* yaitu kaos, *totebag*, gantungan kunci, topi dan payung dengan konsep tersebut.

4.3.2 Perencanaan

Pada proses perencanaan konsep, tetap menggunakan konsep yang sudah disesuaikan dengan karakteristik Wisata Arena Klikesek yaitu keindahan alam . produk yang dipilih juga masih sesuai yaitu kaos, *totebag*, gantungan kunci, topi dan payung pemilihan hasil item merchandise tersebut disesuaikan dengan situasi tempat wisata dan kebutuhan klien terhadap pengunjung. Dengan demikian desain yang dibuat juga tetap memperhatikan karakteristik Wisata Arena Kalikesek yang menggambarkan keindahan alam dan juga pohon aren. Selain itu terdapat beberapa perubahan pada desain kaos, *totebag*, gantungan kunci, topi, dan payung. Secara keseluruhan tidak ada perubahan pada tahap perencanaan tetapi ada beberapa desain yang diubah dan penyesuaian warna item merchandise. Sebelum melaksanakan tahap produksi tetap melaksanakan diskusi bersama klien mengenai penambahan satu color palet warna yang telah disepakati.

Pada proses perencanaan terdapat perubahan pada rancangan anggaran biaya dikarenakan ketentuan minimal order untuk beberapa item *merchandise* yang pada akhirnya tidak sesuai dengan ketentuan rancangan anggaran biaya pada awal produksi, sehingga mengakibatkan rancangan anggaran yang telah disesuaikan berubah. Berikut adalah rancangan rancangan anggaran yang telah diperbarui oleh penulis.

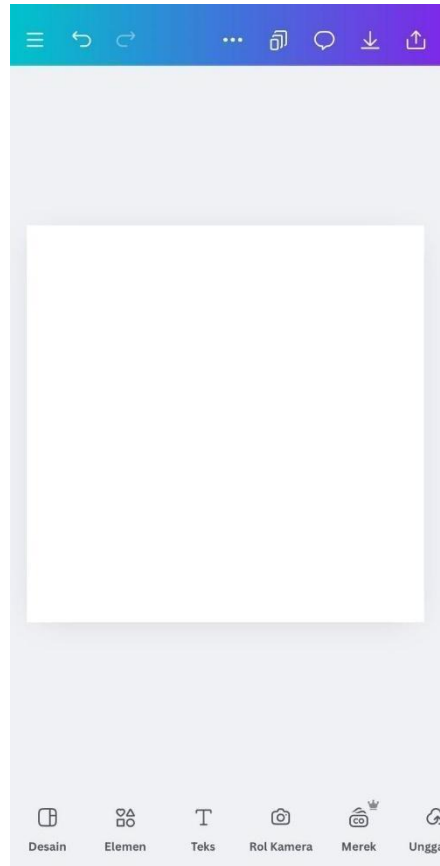
Tabel 4. 1 Biaya Cetak Merchandise

No.	Nama Barang	Jumlah	Harga	Total Biaya
1.	Cetak Merch Kaos	3	Rp. 60.000	Rp. 240.000
2.	Cetak Merch Totebag	3	Rp. 50.000	Rp. 150.000
3.	Cetak Merch Gantungan Kunci	6	Rp. 10.000	Rp. 60.000
4.	Cetak Merch Topi	6	Rp. 35.000	Rp. 210.000
5.	Cetak Merch Payung	3	Rp. 40.000	Rp. 120.000
6.	Kemasan	100		Rp. 125.000
Total Biaya				Rp. 905.000

4.4 Produksi

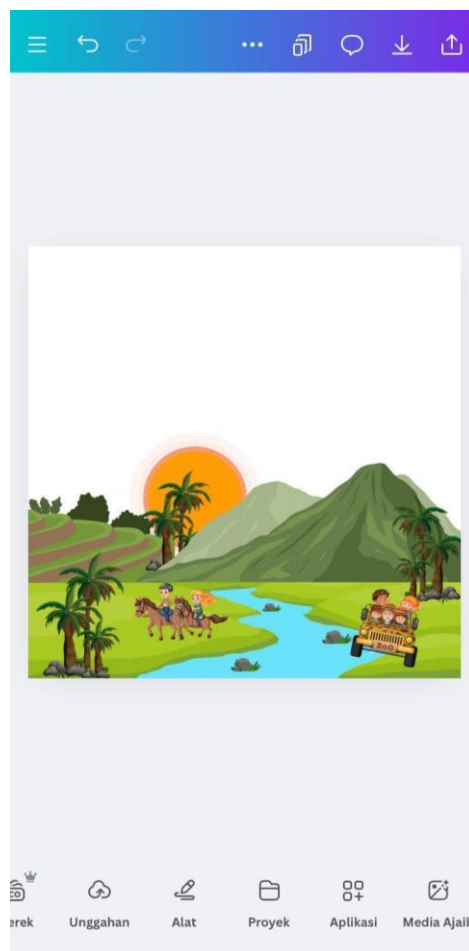
Dalam proses produksi perlunya mempersiapkan alat yang digunakan untuk menunjang keberhasilan dalam proses pembuatan desain *merchandise kit*, alat yang digunakan untuk menunjang keberhasilan dalam proses pembuatan desain berupa laptop, ponsel, aplikasi canva desain, dan photoshop. Langkah awal yang dilakukan adalah membuat konsep, pada tahap penentuan konsep, konsep yang digunakan masih selaras dengan Wisata Arenan Kalikeseek yaitu alam, melalui platform social media yang digunakan untuk mencari referensi dilanjutkan dengan penentuan elemen yang selaras dengan konsep tersebut, pembuatan sketsa yang dilakukan dan digunakan untuk menuangkan ide melalui gambaran umum desain. Langkah selanjutnya adalah mengaplikasikan rancangan desain menggunakan aplikasi editing dengan menggunakan canva, setelah hasil desain selesai dibuat langkah selanjutnya penulisan melakukan mockup pada setiap hasil desain agar mendapatkan gambaran hasil desain yang dibuat. Berikut adalah tata cara dalam membuat rancangan desain:

- 1) Langkah awal yang dilakukan dalam membuat rancangan desain adalah mempersiapkan canvas kosong dengan ukuran 1:1, ukuran tersebut digunakan untuk mempermudah dalam melakukan penataan elemen untuk menghasilkan suatu desain pada item *merchandise*.



*Gambar 4. 1 Kanvas Kosong
Berbentuk Persegi*

- 2) Langkah selanjutnya mencari inspirasi desain dengan konsep alam, selain itu pada tahap ini juga harus memperhatikan setiap detail elemen yang digunakan agar sesuai dengan karakteristik Wisata Arenan Kalikeseek. Setelah menentukan elemen yang akan digunakan, mengaplikasikan setiap elemen pada kanvas kosong dengan penataan yang disusun secara terstruktur agar tercipta suatu desain.



Gambar 4. 2 Desain Akhir

- 3) Selanjutnya melakukan pemilihan font dan warna yang sesuai dengan karakteristik Wisata Arenan kalikeseek, berikut adalah font yang digunakan dan juga unsur warna yang digunakan pada pengkaryaan desain *merchandise kit*.



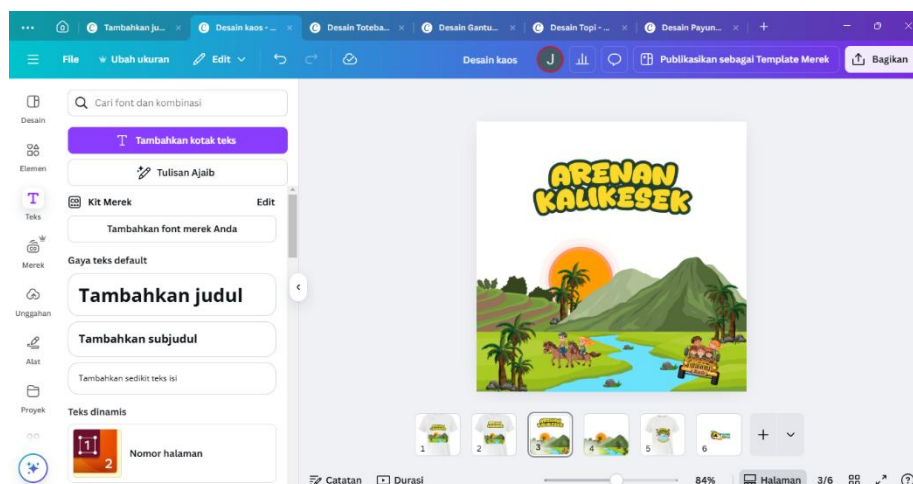
Gambar 4. 3 Desain Font Pada Kaos

- 4) Selanjutnya pada bagian akhir tahap perancangan melakukan mockup pada desain yang telah dirancang untuk disesuaikan dengan kebutuhan klien.



Gambar 4. 4 Desain Akhir Mockup Kaos

4.4.1 Hasil Rancangan Desain *Merchandise Kaos*



Gambar 4. 5 Pembuatan Desain Kaos

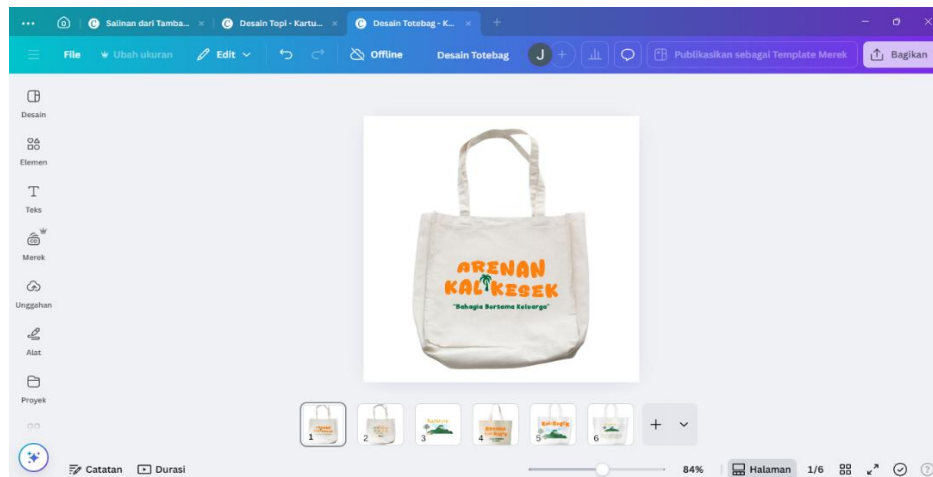
Pada Bab 3 telah dibuat rancangan karya desain dengan ilustrasi Wisata Arenan Kalikeseek yang menampilkan bukit, aliran sungai, pohon aren, dan wahana yang berada di Wisata Arenan Kalikeseek, namun ilustrasi tersebut terlihat terlalu penuh sehingga pihak klien memberikan kesempatan untuk memperbaiki desain, dengan membuat rancangan ulang desain pada item merchandise kaos. Oleh karena itu pada tahap ini melakukan beberapa perubahan terhadap desain kaos dan elemen yang tercantum pada kaos tetapi tetap mempertahankan konsep awal dengan mencantumkan karakteristik Wisata Arenan Kalikeseek kedalam desain kaos. Pada gambar 4.5 merupakan proses ulang pembuatan bagian depan desain kaos, pembuatan desain tersebut menggunakan aplikasi canva design premium. Ilustrasi gambar pada desain tersebut adalah pemandangan alam Wisata Arenan Kalikeseek dengan menampilkan bukit, sawah, aliran air sungai, pohon aren dan fasilitas wahana dengan vector. Pada bagian depan terdapat kalimat Arenan Kalikeseek yang berada di atas gambar ilustrasi dengan menggunakan jenis font Bound Time. Alasan penggunaan font tersebut karena font tersebut memiliki karakter yang tidak formal dan cenderung jelas font juga dibuat sedikit melengkung ke bawah agar terlihat menonjol. Di bagian belakang kaos terdapat logo Wisata Arena Kalikeseek dan teks pengetahuan singkat mengenai manfaat pohon aren.

Tabel 4. 2 Perbandingan Desain Awal dan Akhir Merchandise Kaos

Perbandingan Desain Awal dan Akhir	
Desain Awal	Desain Akhir
	
a. Desain awal kaos berwarna putih. b. Welcome Arenan Kalikeseek.	a. Warna kaos diubah menjadi coklat muda.

c. Menyematkan tagline #Nature and culinary #SedulurAren pada bagian belakang kaos. d. Kalimat Pada bagian belakang kaos Arenan Kalikeseek diambil dari kata “Aren” yang berarti gula aren, gula aren merupakan bahan olahan makanan dengan tekstur dan rasa yang manis, selain itu gula aren merupakan hasil olahan alami yang banyak memiliki manfaat.	b. Welcome Arenan Kalikeseek dirubah menjadi Arenan Kalikeseek. c. Menyematkan tagline pada bagian belakang kaos #DulurArenan #BahagiaBersamaKeluarga. d. Teks pada bagian belakang diubah menjadi “Tahukah kamu ? Nama Arenan Kalikeseek berasal dari kata “Aren,” yaitu pohon aren yang banyak tumbuh di Dusun Kalikeseek. Pohon aren memiliki banyak manfaat, mulai dari akar, batang, dan daun, hingga niranya yang dapat diolah menjadi gula aren dan kolang-kaling yang baik untuk kesehatan tulangmu”
--	---

4.4.2 Hasil Rancangan Merchandise *Tote Bag*



Gambar 4. 6 Pembuatan Desain Kaos

Pada proses perancangan desain *totebag* pada awalnya dibuat dengan mencantumkan ilustrasi bukit dan pohon aren yang dikemas melalui desain, ilustrasi yang dihasilkan terlalu penuh sehingga pesan yang ingin disampaikan melalui promosi tidak jelas. Pada desain awal hanya mencantumkan kalimat Kalikesek menjadi alasan utama untuk merubah desain. Konsep yang awalnya mencantumkan keindahan alam, melakukan perubahan desain agar menjadi lebih simpel dan pesan yang ingin disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh target audience. Desain awal warna totebag yang digunakan adalah putih, pada bagian depan buat mencantumkan ilustrasi keindahan alam berupa bukit, pohon aren dan kolang kaling pada bagian depan terdapat kalimat kalikesek menggunakan font chewy dan pemilihan kuning sebagai warna dengan kode #ffde59, selain itu pada bagian belakang totebag mencantumkan narasi singkat mengenai pohon aren di Wisata Arenan Kalikesek “Pohon aren bukan hanya bahan baku utama dalam pembuatan gula aren, buah pohon aren juga dapat dimanfaatkan menjadi bahan baku makanan yaitu kolang kaling” serta menambahkan logo pada bagian belakang. Perubahan desain yang buat pada bagian depan adalah melakukan mengganti elemen bagian depan totebag dengan mencantumkan kalimat Arenan Kalikesek pada kalimat kalikesek mengganti huruf “I” menjadi pohon aren agar desain terlihat

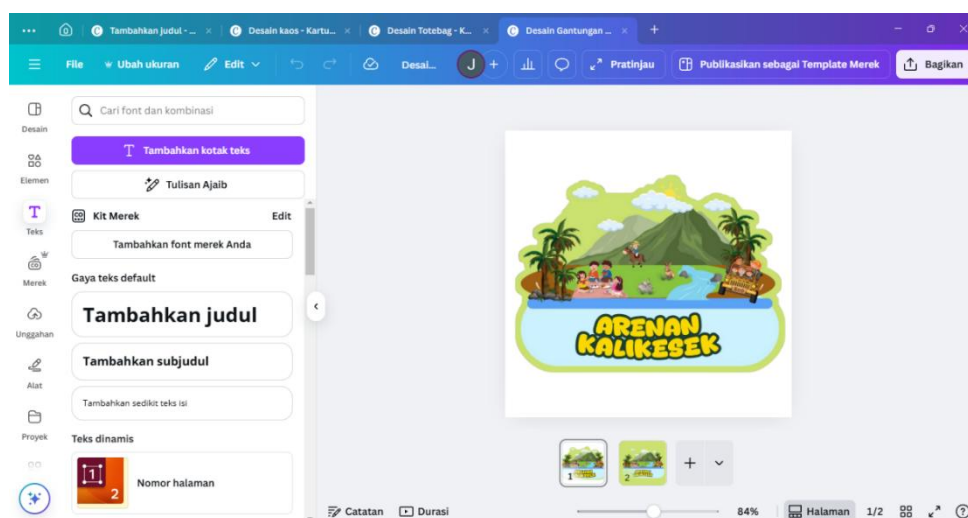
lebih berkarakter selain itu penggunaan font yang awalnya chewy diganti menjadi Bound Time, masih dibagian depan totebag menambahkan tagline “Bahagia Bersama Keluarga” dengan menggunakan font Alphakid.

Tabel 4. 3 Perbandingan Desain Awal dan Akhir Merchandise Totebag

Perbandingan Desain Awal dan Akhir	
Desain Awal	Desain Akhir
	
a. Pada bagian depan terdapat kalimat Kalikesekek. b. Totebag berwarna putih. c. Kalimat menggunakan warna kuning #ffde59. d. Terdapat ilustrasi bukit, awan, pohon aren dan juga buah pohon aren. e. Pada bagian belakang terdapat kalimat “Pohon aren bukan hanya bahan baku utama dalam pembuatan gula aren, buah pohon aren juga dapat dimanfaatkan menjadi bahan baku makanan yaitu kolang kaling.”	a. Pada bagian depan diubah menjadi kalimat Arenan Kalikesekek. b. Totebag berwarna coklat muda. c. Warna pada kalimat di depan totebag diubah menjadi warna Warna Orange #ff8210. d. Terdapat tagline “Bahagia Bersama Keluarga” dibawah kalimat Arenan kalikesekek. e. Pada bagian belakang terdapat kalimat “Tahukah Kamu? Pohon aren bukan hanya bahan baku utama dalam pembuatan gula aren, buah pohon aren juga dapat

	dimanfaatkan menjadi bahan baku makanan yaitu kolang kaling”
--	--

4.4.3 Hasil Rancangan Merchandise Gantungan Kunci



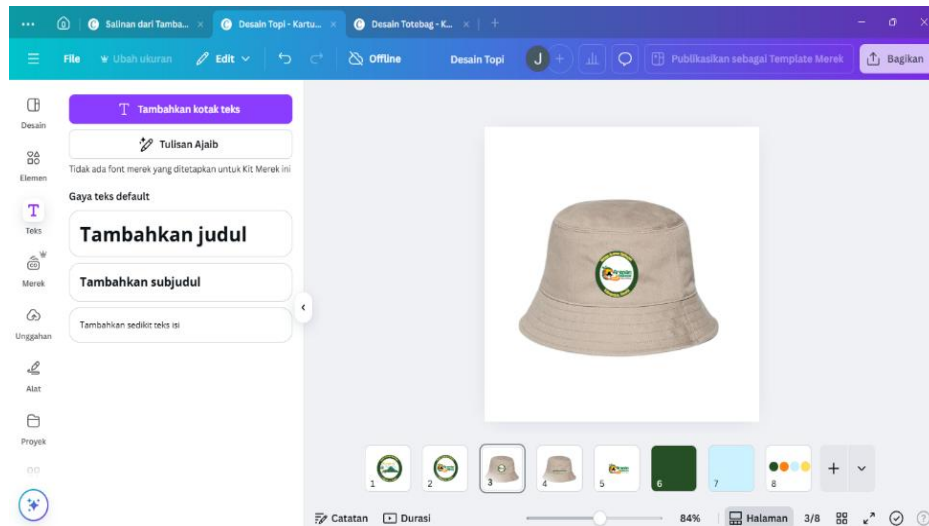
Gambar 4. 7 Pembuatan Desain Gantungan Kunci

Dalam proses produksi desain gantungan kunci, memadukan ilustrasi elemen dengan karakteristik yang menggambarkan Wisata Arenan Kalikese, selanjutnya melakukan penataan elemen yang disesuaikan dengan suasana area bermain agar desain yang dihasilkan menarik dan dapat memberikan nilai promosi untuk Wisata Arenan Kalikese. Dalam perancangan desain, desain yang tertera pada gantungan kunci terdapat elemen pohon kelapa, gunung, lapangan, area bermain dan background hijau sebagai warna dasar, desain merchandise gantungan kunci pada awalnya menggunakan font Chewy pada kalimat Arenan Kalikese dan Kab. Kendal. Pada proses pembuatan desain akhir ada beberapa bagian elemen yang mengalami perubahan yaitu elemen bukit, pohon kelapa dan juga latar tanah, selain itu font yang digunakan diganti menggunakan font Bound Time.

Tabel 4. 4 Perbandingan Desain Awal dan Akhir Merchandise Gantungan Kunci

Perbandingan Desain Awal dan Akhir	
Desain Awal	Desain Akhir
	
a. Pada bagian depan terdapat ilustrasi bukit, aliran air dan suasana bermain yang menggambarkan Wisata Arenan kalikesek. b. Terdapat elemen bukit. c. Terdapat Kalimat Arenan Kalikesek dan Kab. Kendal dengan menggunakan font Chewy.	a. Pada bagian depan terdapat pohon kelapa yang diubah menjadi pohon aren. b. Perubahan pada elemen bukit. c. Font Arenan Kalikesek dirubah menggunakan format font Bound Time. d. Latar tanah diganti menjadi lapangan hijau.

4.4.4 Hasil Rancangan Merchandise Topi



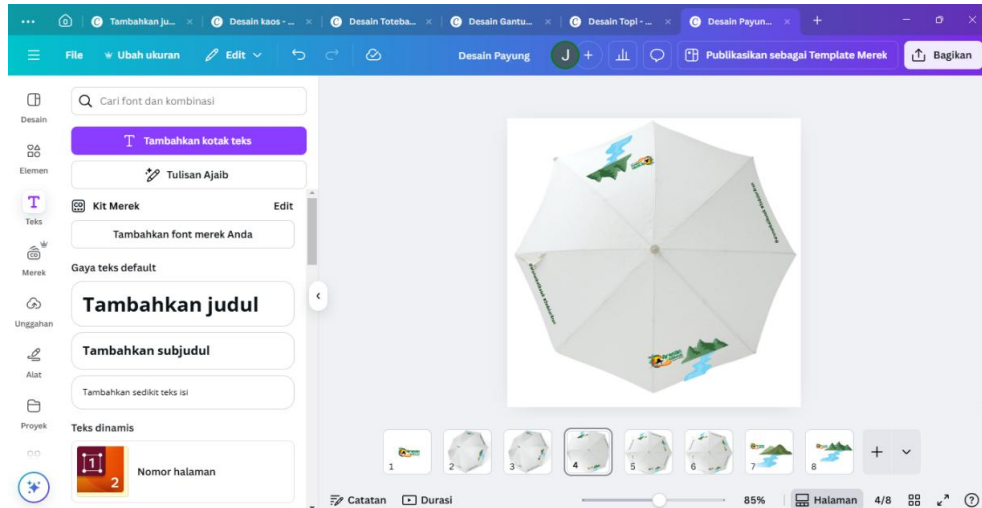
Gambar 4. 8 Pembuatan Desain Topi

Dalam proses perancangan karya desain topi, desain topo pada awalnya dibuat dengan mencantumkan elemen bukit, pohon aren dan terdapat kata kalikesekek dengan gaya desain berbentuk lingkaran, desain tersebut masih terlihat kurang menarik sehingga pesan yang ingin disampaikan belum jelas. Oleh karena itu berupaya untuk merubah desain agar lebih berkarakter dan memiliki identitas Wisata Arena Kalikesekek agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh target audiens, pada gambar 4.4 merupakan proses pembuatan ulang desain topi dengan menggunakan aplikasi canva desain, perubahan yang terjadi pada desain akhir adalah mencantumkan logo Wisata Arenan Kalikesekek pada bagian depan dan terdapat pada lingkaran dengan kalimat Wisata Arena kalikesekek dan Kabupaten kendal pada bagian samping dengan pola melingkar. Perubahan yang terjadi juga terdapat pada bagian model topi dan juga warna yang digunakan, bersama klien akhirnya mendiskusikan mengenai warna dan model yang disesuaikan dengan kebutuhan klien selain itu pada bagian samping topi terdapat dua tagline Wisata Arena Kalikesekek Yaitu #Bahagia Bersama keluarga dan # Dulur Arenan menggunakan font Alphakid dan warna hijau dengan kode ##274f26.

Tabel 4. 5 Perbandingan Desain Awal dan Akhir Merchandise Topi

Perbandingan Desain Awal dan Akhir	
Desain Awal	Desain Akhir
	
a. Desain awal dengan tipe topi baseball. b. Pada bagian depan topi terdapat desain wisata arenan kalikese dan jawa tengah dalam pola melingkar c. Pada bagian tengah terdapat ilustrasi bukit, pohon aren dan buah aren serta kalimat kalikese.	a. Model topi diubah menjadi topi rimba dengan warna coklat cream. b. pada bagian depan kalimat melingkar yang semula Jawa Tengah diubah menjadi Kabupaten Kendal. c. Pada bagian tengah diubah menjadi logo arenan kalikese. d. Pada bagian samping terdapat tagline #DulurArenan dan #BahagiaBersamaKeluarga

4.4.5 Hasil Rancangan Merchandise Payung



Gambar 4. 9 Pembuatan Desain Payung

Dalam proses perancangan desain payung, penulis juga mencantumkan elemen yang dapat menunjukkan karakteristik Wisata Arenan Kalikeseek dengan penggabungan antara Logo dan ilustrasi bukit dan aliran air sungai. Dalam proses pembuatan desain melakukan pemilihan color palette warna hijau dengan kode warna #274f26 dan tagline “Nature & Culinary” dengan format font Chewy. Pada desain payung terdiri delapan sisi empat sisi dengan logo Wisata Arenan Kalikeseek dan 4 sisi dengan tagline #Nature & Culinary. Dalam proses pembuatan memilih menggunakan warna putih untuk warna dasar payung. Perubahan yang terjadi pada desain payung sebanyak tiga kali, pada pembuatan desain yang kedua membuat desain yang disesuaikan dengan keinginan klien, tetapi saat akan melaksanakan proses percetakan klien memutuskan untuk meminta agar mengganti desain dengan desain yang lebih simpel, perubahan desain pada payang disesuaikan dengan nilai harga jual di tempat wisata dengan upaya pembuatan desain yang lebih simpel. Pada proses pembuatan desain ke tiga membuat desain simpel sesuai dengan permintaan klien yaitu dengan menambahkan logo dan gambar ilustrasi bukit serta aliran sungai yang terdapat pada dua sisi payung sedangkan dua sisi payung lainnya terdapat nama instagram @arenankalikeseek dan tagline “DulurArenan” dengan menggunakan font Alphakid.

Tabel 4. 6 Perbandingan Desain Awal dan Akhir Merchandise Payung

Desain Awal	Deskripsi
	a. Pada desain awal payung terdapat delapan sisi yang terdiri dari empat sisi yang mencantumkan ilustrasi bukit, aliran air sungai dan teks Arenan Kalikeseek, dilanjutkan dengan empat sisi yang lain terdapat kalimat #nature & Culinary setiap teks menggunakan font chewy.
Desain Awal	Deskripsi
	a. Pada pembuatan desain ke dua klien memberikan saran pada setiap sisi payung diberi elemen yang menggambarkan karakteristik Wisata Arena Kalikeseek. b. Pada bagian sisi samping terdapat logo dan juga tagline #BahagiaBersamaKeluarga.
Desain Awal	Deskripsi

	- Pada proses desain final melakukan perubahan desain berdasarkan kesepakatan hasil diskusi bersama klien. - Pada desain final terdapat empat sisi yang diberi elemen ilustrasi. - Terdapat dua sisi dengan mencantumkan Logo Wisata Arenan kalikeseek dan juga mencantumkan elemen bukit serta aliran air sungai. - Terdapat dua sisi yang mencantumkan sosial media instagram @arenankalikeseek dan juga tagline #DulurArenan.
---	---

4.5 Pasca Produksi

Pada tahap ini desain yang telah dicetak diserahkan kepada klien untuk diperiksa dan mendapatkan evaluasi oleh pihak internal Wisata Arenan Kalikeseek. Selanjutnya melakukan penyebaran post-survei menggunakan google form kepada pengelola, pengunjung dan masyarakat untuk mengukur keberhasilan *merchandise kit* sebagai media promosi untuk memperkuat identitas brand Wisata Arenan Kalikeseek.

4.6 Tinjauan Klien dan Pengunjung

4.6.1 Tinjauan Klien

Dalam proses serah terima hasil produk *merchandise kit* yang dilakukan pada hari Jumat tanggal 18 Juli 2025 terhadap pengelola dan pengunjung Wisata

Arenan Kalikese, bersama pihak internal pengelola Wisata Arenan Kalikese yaitu Pak Arik Annas selaku pengelola serta Ema selaku perwakilan staff Wisata Arenan Kalikese, dalam proses pengujian keberhasilan, melakukan penyebaran kuesioner melalui formulir Google dengan pertanyaan utama mengenai pengetahuan pengelola dan pengunjung terhadap logo identitas Wisata Arenan Kalikese, dalam melakukan penyebaran post-survei menggunakan pengambilan data kuantitatif dan kualitatif untuk mengetahui persentase kenaikan dari jumlah pra-survei dan pendapat responden secara tertulis mengenai hasil rancangan desain yang telah buat.

Pada saat melakukan proses serah terima melakukan wawancara bersama perwakilan pengelola Wisata Arenan kalikese menurut Arik Annas “ *beliau menilai bahwa rancangan desain merchandise kit yang telah dirancang dan di cetak secara visual memiliki kualitas dalam memperkuat Identitas Brand Wisata Arenan Kalikese. Beliau menambahkan dalam perancangan desain kaos dan totebag pada bagian belakang terdapat narasi singkat mengenai manfaat gula aren yang dapat merepresentasikan bahwa arenan kalikese bukan hanya tempat wisata yang menyajikan keindahan alam tetapi juga tempat wisata yang terletak di antara perkebunan arena dan penghasil gula aren*”. Arik Annas juga menilai bahwa “*lima item merchandise kit berupa kaos, totebag, gantungan kunci, topi, dan payung sudah dirancang dan sesuai dengan kebutuhan pengelola Wisata arenan Kalikese saat ini, selain itu item Merchandise Kit yang telah dirancang juga mencantumkan Logo pada produk ataupun pada kemasan merupakan upaya dalam memperkuat identitas brand.*” dilanjutkan pendapat menurut Ema selaku perwakilan staf Wisata Arenan kalikese “*item merchandise yang digunakan sebagai media promosi memiliki fungsionalitas yang berkepanjangan dan kegunaan bagi pemiliknya, selain itu rancangan produk yang dibuat sudah disesuaikan dengan kebutuhan Wisata Arenan Kalikese saat ini*” setelah melakukan review kepada pihak pengelola dan staff Wisata Arenan Kalikese, serta memberikan formulir google

kepada para pengunjung untuk memberikan review mengenai hasil produksi *merchandise kit*.



Gambar 4. 10 Dokumentasi Serah Terima Produk Merchandise Kit Kepada Pengelola Wisata Arenan Kalikese



Gambar 4. 11 Produk Merchandise Kit

4.6.2 Tinjauan Pengunjung

A. Kaos

1) Nama : Layla

Alamat : Desa Sriwulan

Pengunjung Wisata Arenan Kalikese

Kaos : Desain kaos yang dibuat menggambarkan ilustrasi tempat wisata, bahan yang bagus dan tidak panas selain itu saya terkesan pada bagian belakang kaos karena terdapat narasi singkat mengenai manfaat pohon aren.

2) Nama : Sela Febriana

Alamat : Desa Sriwulan

Pengunjung Wisata Arenan Kalikese

Kaos : Desain kaos yang dibuat menarik dengan adanya tambahan keterangan mengenai manfaat pohon aren pada bagian belakang kaos.

B. Totebag

1) Nama : Hidayatul

Alamat : Kendal

Pengunjung Wisata Arena Kalikese

Totebag : Memiliki desain yang bagus dan menarik selain itu totebag yang dibuat juga ramah lingkungan dan dapat mengurangi penggunaan kantong plastik karena dapat difungsikan sebagai tas belanja.

2) Nama : Firli

Alamat : Sriwulan

Pengunjung Wisata Arena Kalikese

Totebag : Desain yang menarik, selain itu totebag juga dapat digunakan setiap hari

C. Gantungan Kunci

1) Nama : Amrina

Alamat : Kendal

Pengunjung Wisata Arenan Kalikese

Gantungan Kunci : Memiliki desain yang bagus dan unik selain itu dapat dijadikan hiasan pada tas atau kunci.

2) Nama : Irlanda

Alamat : Wonosobo

Pengunjung Wisata Arenan Kalikese

Gantungan Kunci : Desain yang menarik sesuai dengan gaya modern saat ini, memiliki bahan yang bagus dan desain gambar yang menyesuaikan dengan lingkungan di Wisata Arenan Kalikese.

D. Topi

1) Nama : Yoshe

Alamat : Kaliwungu

Pengunjung Wisata Arenan Kalikese

Topi : Pemilihan item merchandise yang bagus karena topi dapat digunakan setiap di kondisi cuaca panas atau hujan, selain itu pemilihan warna dan desain juga baik dan menarik.

2) Nama : SR

Alamat : Randusari

Pengunjung Wisata Arena Kalikese

Topi : Item merchandise topi sudah sesuai dengan kebutuhan pengunjung di wisata arenan kalikese karena memiliki fungsi untuk melindungi kepala dari panas atau hujan.

E. Payung

1) Nama : Fadhil

Alamat : Kalikese

Pengunjung Wisata Arenan Kalikese

Payung : Desain yang simpel tetapi tetap memiliki nilai karena mencantumkan tagline, logo dan pembuatan ilustrasi bukit serta aliran air.



Gambar 4. 12 Dokumentasi Pengenalan Merchandise Kit Bersama Pengunjung Wisata Arenan Kalikese

4.7 Hasil Evaluasi

Pada tahap hasil evaluasi, melakukan pengambilan data melalui penyebaran kuesioner atau post-survei terhadap pengelola, pengunjung Wisata Arenan Kalikese dan masyarakat untuk mengetahui keberhasilan media promosi berupa merchandise kit dengan tujuan untuk memperkuat identitas brand, post-survei dilakukan pada tanggal 18-20 juli 2025 pengambilan post-survei ini dilakukan secara langsung di Wisata Arenan Kalikese dengan mempresentasikan sampel desain *merchandise kit* yang telah diproduksi kepada pengelola, pengunjung dan masyarakat, berdasarkan hasil dari post survei mencantumkan Apakah *merchandise kit* efektif digunakan sebagai media promosi Wisata Arenan Kalikese dan Dari Gambar Berikut Manakah Logo Identitas Brand Milik Wisata Arenan Kalikese.



Gambar 4. 13 Hasil diagram apakah merchandise efektif digunakan sebagai media promosi Wisata Arenan Kalikeseek

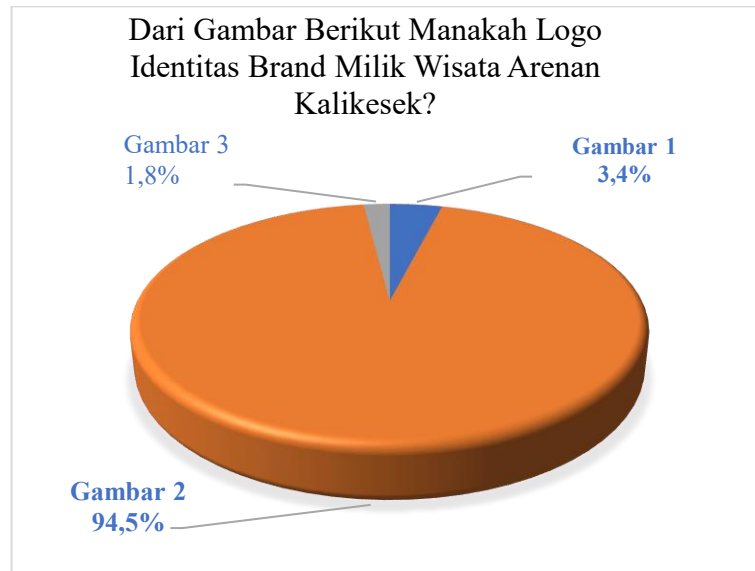
Pada tahap evaluasi melakukan penyebaran kuesioner terhadap pengelola, pengunjung, dan masyarakat mengenai pengetahuan mereka terhadap Wisata Arenan Kalikeseek, hasil post-survei menghasilkan data sebanyak 100% pengunjung mengetahui Wisata Arenan Kalikeseek. Dilanjutkan dengan tahap pengukuran pengetahuan terhadap logo identitas brand Wisata Arenan Kalikeseek. Berikut adalah opsi yang diberikan pada penyebaran post-survei :

Tabel 4. 7 Desain Logo Pada Post Survei

Gambar 1	Gambar 2	Gambar 3
		

Pada tahap hasil evaluasi melakukan pengujian melalui formulir Google dengan pertanyaan utama mengenai pengetahuan atau kesadaran terhadap logo identitas brand Wisata Arenan Kalikeseek, dari hasil tersebut sebanyak 94,5 % memilih logo Wisata Arenan Kalikeseek dengan benar, hasil menunjukan bahwa

media promosi berupa *merchandise kit* dapat digunakan sebagai media promosi dengan tujuan untuk memperkuat identitas brand.



Gambar 4. 14 Hasil Diagram Pemilihan Logo Wisata Arenan Kalikeseek

Setelah memperoleh hasil dari post-survei, langkah selanjutnya adalah membandingkan tingkat hasil pengetahuan pengunjung dan pengelola pada pra-survei terhadap identitas brand Wisata Arenan Kalikeseek sebelum dan sesudah percetakan sampel desain *merchandise* melalui post-survei. Post-survei dilakukan pada tanggal 18 Juli hingga 20 Juli 2025 dengan jumlah total responden sebanyak 55, hasil menunjukkan bahwa sebanyak 94,5% responden menyatakan mengetahui logo identitas brand Wisata Arenan kalikeseek dan memilih gambar yang sesuai, hasil tersebut menjadi acuan dalam mengukur keberhasilan awal pada sampel produk *merchandise*. Data awal menunjukkan bahwa 18,2% responden mengetahui identitas brand milik wisata arenan kalikeseek pada tahap post-survei mempresentasikan hasil sampel kepada pengunjung dan pengelola terhadap desain *merchandise kit* yang dibuat dengan tujuan untuk memperkuat identitas brand wisata, dari upaya tersebut hasil post-survei menunjukkan bahwa sebanyak 94,5% responden memilih dengan benar identitas brand yang dimiliki menunjukkan bahwa hasil data post-survey telah meningkat dari hasil pra-survei sebelumnya.

4.7.1 Analisis Perbandingan Survei

Setelah memperoleh hasil dari pra-survei hingga post-survei, langkah selanjutnya adalah membandingkan tingkat kenaikan persentase terhadap identitas brand milik Wisata Arenan Kalikese, tujuan dilakukan perbandingan ini untuk mengukur apakah *merchandise kit* dapat digunakan sebagai media promosi untuk memperkuat identitas brand. Pra-survei dilakukan pada tanggal 8 Juni-13 Juni 2025 dengan jumlah 55 responden hasil pra-survei menunjukkan bahwa sebanyak 18,2% responden mengetahui atau memilih dengan benar identitas brand milik Wisata Arenan Kalikese. Sementara itu hasil post-survei menunjukkan adanya peningkatan setelah mempresentasikan kepada pengunjung dan pengelola mengenai hasil sampel desain *merchandise kit* dengan jumlah responden yang sama, hasil dari post-survei menunjukkan bahwa sebanyak 94,5% responden mengetahui atau memilih dengan benar mengenai identitas brand milik Wisata Arenan Kalikese. Dari perbandingan tersebut, menunjukkan bahwa adanya peningkatan sebanyak 76,3% data ini digunakan sebagai indikator keberhasilan dalam upaya memperkuat identitas brand melalui media promosi berupa *merchandise kit*.

4.8 Kendala Dalam Proses Pengkaryaan

Dalam melaksanakan proyek tentunya mengalami beberapa kendala, kendala dalam proses perancangan desain sesuai dengan keinginan klien, mencari bahan baku yang disesuaikan dengan kebutuhan dan proses percetakan, Tetapi dengan adanya kendala tersebut membuat agar terus berusaha untuk menyelesaikan kendala dengan berbagai strategi dan dukungan dari pihak yang bersangkutan. Berikut adalah beberapa kendala yang dialami selama melaksanakan proses produksi, yaitu:

- 1) Pada awal proses perancangan desain, pada awalnya masih kesulitan dalam mencari ide elemen atau ilustrasi yang akan diaplikasikan pada desain *merchandise*, untuk itu berusaha mencari referensi dengan melakukan *research* pariwisata yang ada di Indonesia untuk menjadi bahan acuan

dalam proses pengkaryaan agar tercipta suatu gambaran pembuatan konsep maupun desain.

- 2) Dalam melakukan revisi desain bersama klien mengalami kendala pada pemilihan font, font yang digunakan awalnya menggunakan font chewy tetapi setelah melakukan perancangan desain mencoba untuk merubah dengan menyesuaikan font seperti yang ada di logo Wisata Arenan Kalikese, pengelola menyatakan bahwa font tersebut custom tanpa pemberitahuan mengenai font yang digunakan, setelah melakukan diskusi bersama klien dan mengambil kesepakatan bersama dengan menggunakan font Bound Time dan Alphakid yang tercantum pada setiap desain *merchandise kit* dengan keputusan bersama.
- 3) Pada proses produksi mengalami kendala pada pelaksanaan proses percetakan, vendor yang akan digunakan mendapatkan kendala bahwa pada proses percetakan vendor memiliki aturan dalam minimal order untuk mencetak suatu produk, pada tahap ini melakukan negosiasi untuk melakukan pencetakan sesuai dengan kebutuhan, tetapi dengan harga yang berbeda menjadi alasan mengapa pada rancangan anggaran biaya item *merchandise kit* menjadi tidak sesuai.

4.9 Keberlanjutan

Pada tahap keberlanjutan, melanjutkan proses dengan mengirimkan file desain dalam format PDF proses pengiriman file dilakukan melalui email yang ditujukan kepada pihak Wisata Arenan Kalikese langkah ini diambil sebagai bentuk koordinasi lanjutan setelah tahap perancangan desain selesai dilakukan, file PDF yang dikirim berisi rancangan desain dan mockup yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik dari Wisata Arenan Kalikese, berharap desain dapat langsung digunakan oleh pihak terkait tanpa mengalami kesulitan teknis. Selain itu desain ini mampu membantu dalam proses produksi yang akan dilakukan oleh Wisata Arenan Kalikese. Tujuan utama dari langkah ini adalah untuk

mempermudah dan mempercepat proses produksi, sehingga hasil akhir dapat sesuai dengan yang direncanakan.