



**PRODUKSI *MERCHANDISE KIT* POKDARWIS LOKA
JAYA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRAND
AWARENESS* DESTINASI PASAR SAWAHAN DESA
KALONGAN KABUPATEN SEMARANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh:

Haykal Noor Amhar

40020622650075

**PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Haykal Noor Amhar

NIM : 40020622650075

Tanda Tangan :



Tanggal : 29 Juni 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PRODUKSI *MERCHANDISE KIT* POKDARWIS LOKA JAYA
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
DESTINASI PASAR SAWAHAN
DESA KALONGAN KABUPATEN SEMARANG**

Oleh:

**Haykal Noor Amhar
40020622650075**

Semarang, 29 Juni 2026

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing**






**Rizki Halim, S.E., M.I.Kom
NIP. 199505222024061001**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Haykal Noor Amhar
NIM : 40020622650075
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi *Merchandise Kit* Pokdarwis
Loka Jaya Sebagai Upaya
Meningkatkan *Brand Awareness*
Destinasi Pasar Sawahan Desa
Kalongan Kabupaten Semarang

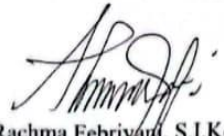
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro

TIM PENGUJI

Pembimbing : Rizki Halim, S.E., M.I.Kom ()
Penguji I : Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. ()
Penguji II : Deony Dewanggi Mulyono, M.I.Kom ()

Semarang, 29 Juni 2026

Ketua Prodi Informasi dan Humas


Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Produksi *Merchandise Kit* Pokdarwis Loka Jaya Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Destinasi Pasar Sawahan Desa Kalongan Kabupaten Semarang”.

Penyusunan tugas akhir ini digunakan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan Informasi dan Humas. Harapan penulis, proyek tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berdampak positif bagi klien sebagai media yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness*. Tugas ini terdiri dari 5 BAB yang dibahas secara menyeluruh dan detail.

BAB I PENDAHULUAN bersihkan tentang alasan yang menjadi dasar penulis dalam memilih proyek produksi *merchandise kit* sebagai media untuk meningkatkan *brand awareness* di Pasar Sawahan. Pada bab ini, disertakan juga beberapa data pendukung, rumusan masalah, tujuan, manfaat, hingga keluaran yang akan dihasilkan dari tugas akhir ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA memaparkan mengenai teori-teori yang penulis gunakan sebagai landasan dalam proyek tugas akhir ini. Kemudian, pada bab ini juga menjelaskan mengenai beberapa karya terdahulu yang sesuai untuk penulis gunakan sebagai acuan dalam memperkuat konsep desain *merchandise* yang akan dihasilkan.

BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA berisikan uraian secara lengkap mengenai metode dan proses dalam produksi desain *merchandise kit* ini, mulai dari proses pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Pada bab ini juga menjelaskan mengenai rencana rancangan desain awal sebelum masuk ke tahap cetak.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN bersihkan paparan dari penulis mengenai hasil dari seluruh proses produksi desain *merchandise kit* ini. Pada bab ini juga menjelaskan tentang gambaran umum permasalahan, analisis masalah, serta penjelasan mengenai proses dari awal hingga akhir. Pada bagian akhir di bab ini juga menyajikan tentang tinjauan dan evaluasi dari pihak klien terhadap desain

yang telah dihasilkan, serta penjelasan mengenai hasil peningkatan *brand awareness* di Pasar Sawahan.

BAB V PENUTUP merupakan bagian akhir dari tugas akhir ini yang memberikan penjelasan mengenai kesimpulan dari proyek ini serta saran-saran dari penulis terhadap Pokdarwis Loka Jaya selaku pihak yang mengelola Pasar Sawahan agar destinasi ini lebih berkembang di masa depan.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Yang rendah belum tentu hina, dan yang tinggi belum tentu terhormat, karena semua punya mimpi di langit yang sama”

(Sam Pitak alias Wito Sopir Seszh Rombongan Nyeni)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk:

- 1. Segenap civitas akademika Universitas Diponegoro yang saya hormati yang senantiasa telah berjasa dalam memberikan tenaga dan pikirannya untuk mendidik serta membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Universitas Diponegoro.*
- 2. Kedua orang tua penulis yang telah senantiasa memberikan seluruh cinta, doa, dan pengorbanannya sehingga penulis dapat bertahan hingga saat ini.*
- 3. Kepada diri sendiri, yang telah bertahan hingga saat ini walau dihadapkan dengan begitu banyak cobaan dan tantangan.*

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, nikmat, dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Produksi *Merchandise Kit* Pokdarwis Loka Jaya Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Destinasi Pasar Sawahan Desa Kalongan Kabupaten Semarang” ini dengan lancar dan mampu melewati segala rintangan yang ada.

Penulis sangat menyadari bahwa tanpa dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik dan lancar. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih tanpa henti kepada:

1. Mba Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro
2. Mas Rizki Halim, S.E., M.I.Kom selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan masukan, arahan, solusi, dan juga bimbingan kepada penulis dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si dan Mba Deony Dewanggi Mulyono, M.I.Kom selaku dosen penguji tugas akhir yang telah memberikan arahan, masukan, serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
4. Pak Mukhtar Efendi dan Pak Ahmad Munir selaku ketua dan sekretaris dari Pokdarwis Loka Jaya yang telah bersedia menjadi klien tugas akhir penulis dan membantu memenuhi segala data yang penulis butuhkan selama penyusunan tugas akhir ini.
5. Bapak Yarmuji dan Asmarani selaku orang tua penulis yang senantiasa selalu memberikan semangat, dan *support* kepada penulis. Terima kasih atas perjuangan dan kasih sayang yang kalian curahkan sehingga penulis dapat sampai hingga titik ini.
6. Adik penulis yaitu Hielmy Noor Akbar, Haydar Noor Ajmal, Hekmatyar Noor Akhdan, dan Adik Haris yang selalu menjadi semangat dan motivasi penulis untuk terus kuat dan mencapai titik ini.

7. Ghazy Sandy Abiyyu, Rafido Gadi Putra Wijaya, dan Muhammad Huda Fatkul Lubis sebagai sahabat penulis yang senantiasa menemani, memotivasi, dan membantu penulis disaat susah dan senang, Terima kasih atas kehadirannya di hidup ini.
8. Nafatha Crisandi, A Hanif Al Ghifari, Umar Abdul Aziz, Maritza Hanan Ananda, Belinda Ivana Putri, Wisnu Galang Nurfajar, Mishel Deriani, Khansa Aulia Rahma dan seluruh rekan-rekan angkatan 2022 Program Studi Informasi dan Humas sebagai teman seperjuangan penulis dari awal menempuh bangku perkuliahan, terima kasih untuk seluruh kenangan yang kalian buat.
9. Seluruh *customer* penulis selama menjadi *driver Shopee Food* yang senantiasa menjadi sumber rezeki penulis untuk mendukung keberlangsungan tugas akhir ini.
10. Terima kasih kepada seseorang dengan NIM 44421012 yang pernah hadir dalam perjalanan penulis. Meskipun tidak lagi bersama, kehadirannya memberikan warna, pelajaran, dan kebahagiaan yang menjadi semangat penulis. Banyak momen yang dilalui bersama baik saat suka maupun duka, tanpa penulis sadari, pengalaman dan kenangan bersamanya turut memberikan suntikan semangat penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Terakhir dan yang paling penting, terima kasih kepada Haykal Noor Amhar yang selalu semangat, tidak lelah berjuang, dan selalu tegar dalam menghadapi segala tantangan dan cobaan. Terima kasih untuk pencapaian besarmu hingga saat ini.

ABSTRAK

Pengkaryaan ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya tingkat *brand awareness* publik terhadap destinasi wisata Pasar Sawahan Desa Kalongan yang dikelola oleh Pokdarwis Loka Jaya. Masalah tersebut menjadi alasan utama dilakukannya produksi media *public relations* berupa *merchandise kit*. Produksi *merchandise kit* ini bertujuan untuk dijadikan sebagai media yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* publik hingga mencapai tahap *brand recognition*. Metode dalam pengkaryaan ini dibagi menjadi tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil dari pengkaryaan ini menghasilkan produk *merchandise* berupa *totebag*, gelas bambu, gantungan kunci, stiker, dan *leaflet*. Berdasarkan hasil evaluasi dan respon yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa produksi dan implementasi *merchandise kit* ini mampu meningkatkan *brand awareness* publik secara signifikan, dari yang semula berada pada tingkatan *brand unaware* menjadi meningkat ke tingkatan *brand recognition*.

Kata Kunci: Pokdarwis Loka Jaya, *Brand Awareness*, *Merchandise Kit*, *Public Relations*, Pasar Sawahan

ABSTRACT

This project was motivated by the low level of public brand awareness regarding the Pasar Sawahan tourist destination in Kalongan Village, which is managed by the Loka Jaya Tourism Awareness Group (Pokdarwis). This issue served as the primary reason for producing a public relations tool in the form of a merchandise kit. The kit aims to function as an effective medium for boosting public brand awareness to the stage of brand recognition. The project methodology comprised three stages: pre-production, production, and post-production. The project resulted in a range of merchandise items, including tote bags, bamboo cups, keychains, stickers, and leaflets. Based on the evaluation results and feedback received, it can be concluded that the production and implementation of this merchandise kit successfully and significantly increased public brand awareness, elevating it from the "brand unaware" level to the "brand recognition" level.

Keywords: *Pokdarwis Loka Jaya, Brand Awareness, Merchandise Kit, Public Relations, Pasar Sawahan*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan	16
1.4 Manfaat	16
1.4.1 Bagi penulis	16
1.4.2 Bagi Klien.....	16
1.4.3 Bagi Program Studi	16
1.4.4 Bagi Masyarakat.....	17
1.5 Luaran	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Kajian Karya Terdahulu	18
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 <i>Public Relations</i>	20
2.2.2 Strategi <i>Public Relations</i>	20
2.2.3 Media <i>Public Relations</i>	21
2.2.4 <i>Merchandise Kit</i>	23

2.2.5 <i>Brand Awareness</i>	23
2.2.6 <i>Leaflet</i>	24
2.2.7 Pariwisata	24
2.2.8 Desain Grafis	25
BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA	27
3.1 Profil Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Loka Jaya Desa Kalongan	27
3.2 Segmentasi/Target Sasaran	28
3.2.1 Segmentasi Demografis	28
3.2.2 Segmentasi Geografis	28
3.2.3 Segmentasi Psikografis	28
3.3 Alur Pembuatan	28
3.4 Metode Pengkaryaan	29
3.4.1 Pra Produksi	29
3.4.2 Produksi	29
3.4.3 Pasca Produksi	30
3.5 Konsep Penciptaan Karya	30
3.5.1 Totebag	31
3.5.2 <i>Leaflet</i>	31
3.5.3 Gelas Bambu	32
3.5.4 Gantungan Kunci	32
3.5.5 Stiker	32
3.6 Rancangan Karya	35
3.6.1 Totebag	35
3.6.2 <i>Leaflet</i>	37
3.6.3 Gelas Bambu	38
3.6.4 Gantungan Kunci	39
3.6.5 Stiker	40
3.7 Tata Cara Pembuatan	41
3.8 Proses Pengujian	44
3.9 Skema Distribusi Produk	44
3.10 Indikator Keberhasilan	47

3.11 Keberlanjutan Produk.....	48
3.12 Timeline Pelaksanaan	49
3.13 Rancangan Anggaran Biaya	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Permasalahan.....	51
4.2 Analisa Masalah	52
4.3 Pra Produksi.....	53
4.3.1 Penentuan Konsep	53
4.3.2 Perencanaan.....	53
4.4 Produksi	54
4.4.1 Hasil Realisasi Desain <i>Totebag</i>	59
4.4.2 Hasil Realisasi Desain <i>Leaflet</i>	62
4.4.3 Hasil Realisasi Desain Gelas Bambu	65
4.4.4 Hasil Realisasi Desain Gantungan Kunci.....	67
4.4.5 Hasil Realisasi Desain Stiker	69
4.5 Pasca Produksi	72
4.6 Tinjauan Klien dan Pengunjung Pasar Sawahan	72
4.6.1 Tinjauan Klien.....	72
4.6.2 Tinjauan Pengunjung Pasar Sawahan.....	73
4.7 Indikator Keberhasilan	74
4.8 Keberlanjutan Produk.....	81
4.9 Hasil Evaluasi	82
4.10 Kendala Pengkaryaan.....	83
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Desa Wisata Jawa Tengah 2019-2024.....	2
Gambar 1.2	Daftar Desa Wisata Kabupaten Semarang.....	3
Gambar 1.3	Suasana pagelaran Pasar Sawahan.....	5
Gambar 1.4	Proses penukaran uang uli.....	5
Gambar 1.5	Gazebo jembatan bambu di atas sawah.....	6
Gambar 1.6	Aktivitas Permainan Dam-daman.....	8
Gambar 1.7	Aktivitas Permainan Dakon.....	8
Gambar 1.8	Survei Tingkat <i>Brand Awareness</i> Pasar Sawahan.....	11
Gambar 1.9	Survei Produk <i>Merchandise Kit</i>	14
Gambar 3.1	Logo Pokdarwis Loka Jaya.....	27
Gambar 3.2	Logo Pasar Sawahan.....	33
Gambar 3.3	Rancangan Grafis Totebag 1.....	35
Gambar 3.4	Visualisasi Mock Up Totebag 1.....	36
Gambar 3.5	Rancangan Desain Leaflet.....	37
Gambar 3.6	Rancangan Grafis Gelas Bambu.....	38
Gambar 3.7	Visualisasi <i>Mock Up</i> Gelas Bambu.....	38
Gambar 3.8	Rancangan Grafis Gantungan Kunci.....	39
Gambar 3.9	Visualisasi Mock Up Gantungan Kunci.....	39
Gambar 3.10	Rancangan Grafis Stiker.....	40
Gambar 3.11	Visualisasi <i>Mock Up</i> Stiker.....	40
Gambar 4.1	Sketsa Desain.....	55
Gambar 4.2	Menyiapkan Kanvas Kosong.....	56
Gambar 4.3	Mencari Elemen Desain.....	56
Gambar 4.4	Gambar Desain Akhir.....	57
Gambar 4.5	Proses Mencari Media <i>Mock Up</i>	58
Gambar 4.6	Proses Pengaplikasian <i>Mock Up</i> Desain.....	58
Gambar 4.7	Proses Pengunduhan File Rancangan Desain.....	59
Gambar 4.8	Dokumentasi Serah Terima Produk <i>Merchandise Kit</i> ...	73

Gambar 4.9	Dokumentasi Pengenalan <i>Merchandise Kit</i> Bersama Pengunjung Pasar Sawahan.....	74
------------	--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Konten Instagram Pasar Sawahan.....	9
Tabel 3.1	<i>Color Pallete</i>	34
Tabel 3.2	Rincian Skema Penjualan dan Distribusi <i>Merchandise Kit</i> Pasar Sawahan.....	45
Tabel 3.3	<i>Timeline</i> Pelaksanaan Tugas Akhir.....	49
Tabel 3.4	Rancangan Anggaran Biaya.....	50
Tabel 4.1	Alokasi Biaya Produksi.....	54
Tabel 4.2	Hasil Realisasi Desain Totebag 1.....	60
Tabel 4.3	Hasil Realisasi Desain Totebag 2.....	62
Tabel 4.4	Hasil Realisasi Desain Leaflet.....	63
Tabel 4.5	Hasil Realisasi Desain Gelas Bambu.....	66
Tabel 4.6	Hasil Realisasi Desain Gantungan Kunci.....	68
Tabel 4.7	Hasil Realisasi Desain Stiker.....	70
Tabel 4.8	Hasil Kuesioner Aspek Pengenalan dan Ingatan Merek.....	75
Tabel 4.9	Hasil Kuesioner Aspek Tampilan dan Kejelasan Informasi.	77
Tabel 4.10	Hasil Kuesioner Aspek Ciri Khas dan Diferensiasi Produk.....	78
Tabel 4.11	Hasil Kuesioner Aspek Nilai Fungsional.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Surat Izin Penelitian.....	93
Lampiran 2.	Dokumentasi Pengenalan <i>Merchandise</i> dan Penyebaran Survei Kuesioner.....	94
Lampiran 3.	Sertifikat HKI.....	96
Lampiran 4.	Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	97
Lampiran 5.	Hasil Cek Turnitin.....	98