



**PRODUKSI *MERCHANDISE* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN
WISATA PETIK BUAH MELON MANIA
DI KOTA SEMARANG**

TUGAS AKHIR

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

Oleh :

Siti Nurhaliza Lutfi

40020622650176

**PROGRAM STUDI S.Tr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di Universitas lain maupun hasil penelitian 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/penjiplakan.

Nama : Siti Nurhaliza Lutfi

NIM : 40020622650176

Tanda Tangan:



Tanggal : 8 Juli 2026

**HALAMAN PERSETUJUAN
TUGAS AKHIR**

**PRODUKSI *MERCHANDISE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK
MEMPERLUAS JANGKAUAN WISATA PETIK BUAH MELON MANIA
DI KOTA SEMARANG**

Oleh,

**Siti Nurhaliza Lutfi
40020622650176**

Semarang, 16 Juli 2026

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing**



**Nisrina Laila Nabila, M.I.Kom.
NIP. 199512232024062002**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Siti Nurhaliza Lutfi
NIM : 40020622650176
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi *Merchandise* Sebagai Media Promosi
Untuk Memperluas Jangkauan Wisata Petik Buah
Melon Mania di Kota 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 : Nisrina Laila Nabila, M.I.Kom.

(.....)

Penguji I : Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si.

(.....)

Penguji II : Adelinta Pristia Defi, M.I.Kom.

(.....)

Semarang, 16 Juli 2026

Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas,


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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, kesehatan, serta kesempatan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Produksi Merchandise sebagai Media Promosi Untuk Memperluas Jangkauan Wisata Petik Buah Melon Mania di Kota Semarang”** dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Informasi dan Humas pada Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Penyusunan Tugas Akhir ini terdiri atas lima bab yang saling berkaitan.

PADA BAB I "PENDAHULUAN" berisi latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta luaran yang dihasilkan dalam proyek Tugas Akhir. Pada bab ini juga dijelaskan kondisi yang melatarbelakangi pemilihan proyek produksi merchandise sebagai media promosi Wisata Petik Buah Melon Mania.

PADA BAB II "TINJAUAN PUSTAKA" memuat kajian teori dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai landasan dalam pelaksanaan proyek Tugas Akhir. Teori-teori yang digunakan berkaitan dengan media promosi, merchandise, desain komunikasi visual, serta konsep promosi wisata.

PADA BAB III "METODE PELAKSANAAN" menjelaskan tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan proyek, mulai dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Pada bab ini juga dijelaskan proses perancangan desain merchandise yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik Wisata Petik Buah Melon Mania.

PADA BAB IV "HASIL DAN PEMBAHASAN" berisi pemaparan hasil produksi merchandise yang telah dirancang dan diproduksi, serta pembahasan mengenai proses pelaksanaannya. Selain itu, pada bab ini juga disajikan hasil

evaluasi melalui post-survei untuk mengetahui tanggapan responden terhadap merchandise yang dibuat sebagai media promosi.

PADA BAB V "KESIMPULAN DAN SARAN" berisi kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil pelaksanaan Tugas Akhir serta saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengembangan media promosi Wisata Petik Buah Melon Mania di masa mendatang.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pembelajaran selama masa perkuliahan. Saya juga mempersembahkan karya ini kepada kedua orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta motivasi dalam setiap langkah yang saya tempuh. Selain itu, Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir. Terakhir, saya persembahkan Tugas Akhir ini kepada diri saya sendiri yang telah berjuang, bertahan, dan terus berusaha menyelesaikan setiap proses perkuliahan hingga tahap akhir. Terima kasih karena tidak menyerah dalam menghadapi berbagai tantangan dan kendala, serta tetap melangkah dengan usaha, doa, dan semangat hingga berhasil menyelesaikan perjalanan ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul *“Produksi Merchandise sebagai Media Promosi Untuk Memperluas Jangkauan Wisata Petik Buah Melon Mania di Kota Semarang”* sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis tidak terlepas dari berbagai kesulitan dan hambatan. Namun, berkat doa, dukungan, motivasi, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, kesehatan, kemudahan, dan kelancaran yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir.
2. Kepada kedua orang tua tercinta, Papah Lutfi dan Mamah Syarifah, terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan moral, doa, kerja keras, serta segala hal yang telah kalian pertaruhkan demi kelancaran pendidikan penulis. Terima kasih karena selalu hadir memberikan semangat, motivasi, dan kasih sayang dalam setiap proses yang penulis jalani. Doa dan cinta yang tidak pernah putus serta tidak akan pernah tergantikan menjadi alasan penulis mampu bertahan, berjuang, dan sampai pada titik ini.
3. Kepada Abang Ryan, Kak Bella, dan Adik Hanuna, terima kasih atas dukungan, perhatian, doa, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis selama menjalani perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah menjadi keluarga yang selalu hadir dalam suka maupun duka, serta memberikan motivasi kepada penulis untuk terus berusaha dan menyelesaikan setiap proses dengan baik.
4. Ibu Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas

Diponegoro yang telah memberikan arahan dan dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.

5. Ibu Nisrina Laila Nabila, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta dukungan kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir hingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. selaku dosen penguji I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan kritik, saran, serta berbagai masukan yang membangun kepada penulis. Terima kasih atas arahan yang diberikan sehingga penulis dapat memperbaiki dan menyempurnakan Tugas Akhir ini menjadi lebih baik.
7. Ibu Adelinta Pristia Defi, M.I.Kom. selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan, arahan, serta saran yang bermanfaat kepada penulis selama proses penyelesaian Tugas Akhir. Terima kasih atas perhatian dan evaluasi yang diberikan sehingga penulis dapat mengembangkan dan menyempurnakan Tugas Akhir ini dengan lebih baik.
8. Kepada Nenek dan Baba tercinta, terima kasih atas doa, kasih sayang, perhatian, serta dukungan yang selalu diberikan kepada penulis. Terima kasih karena senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam setiap proses yang penulis jalani.
9. Segenap pihak Kebun Melon Mania, khususnya Ibu Anggi Widya Rezanita selaku pemilik Kebun Melon Mania, yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, serta dukungan kepada penulis untuk melaksanakan proyek Tugas Akhir ini. Terima kasih atas bantuan, informasi, dan kerja sama yang diberikan selama proses pelaksanaan hingga penyelesaian Tugas Akhir.
10. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Naufal Fauzan, terima kasih telah menjadi penyemangat dan selalu memberikan dukungan kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah menemani, mendengarkan keluh kesah, serta menjadi bagian dari perjalanan penulis dalam menyelesaikan setiap proses dan tantangan yang dihadapi selama penyusunan Tugas Akhir.

11. Kepada sahabat penulis, yaitu Putri Imaniar Rossy, Syifa Khalisa Putri, dan Pasya Ullly, terima kasih atas bantuan, dukungan, doa, serta semangat yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah membantu penulis dalam berbagai situasi, menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah, serta selalu memberikan motivasi untuk terus berjuang menyelesaikan setiap proses yang dijalani. Kehadiran dan kebaikan kalian menjadi bagian yang sangat berarti dalam perjalanan penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
12. Kepada teman-teman seperjuangan, yaitu Audy, Mima, Ailsya, Aurel, Caca, dan Dinda, terima kasih atas dukungan, kebersamaan, serta berbagai cerita yang telah dibagikan selama akhir masa perkuliahan hingga proses penyusunan Tugas Akhir ini. Kehadiran kalian memberikan banyak kenangan dan menjadi bagian yang berharga dalam perjalanan penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Kepada diri saya sendiri, Siti Nurhaliza Lutfi, terima kasih karena telah bertahan, berjuang, dan terus melangkah hingga sampai pada titik ini. Terima kasih karena tetap memilih untuk berusaha dan tidak menyerah meskipun dalam prosesnya sering dihadapkan pada berbagai tantangan, hambatan, dan rasa lelah. Terima kasih karena telah menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan segala usaha, doa, dan kerja keras yang telah diberikan. Pencapaian ini merupakan hasil dari perjalanan panjang yang patut diapresiasi. Tetaplah berbahagia, bangga pada diri sendiri, dan terus melangkah untuk meraih hal-hal baik di masa yang akan datang.

ABSTRAK

Kebun Melon Mania merupakan agrowisata yang terletak di Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang dan menawarkan pengalaman wisata petik buah melon secara langsung bagi pengunjung. Namun, dalam aspek promosi, Kebun Melon Mania belum memiliki media promosi yang bersifat jangka panjang dan berkelanjutan. Promosi selama ini lebih banyak dilakukan melalui status WhatsApp dan unggahan Instagram yang hanya bertahan selama 24 jam, sehingga informasi yang disampaikan tidak dapat diakses dalam jangka waktu yang lama. Berdasarkan hasil pra-survei, sebanyak 71,7% responden menilai bahwa media promosi yang bersifat sementara tersebut belum cukup mendukung promosi jangka panjang. Oleh karena itu, pada Tugas Akhir ini penulis memproduksi *merchandise* sebagai media promosi Wisata Petik Buah Melon Mania yang terdiri atas *totebag*, *notebook*, pulpen, dan gantungan kunci. Setiap *merchandise* dirancang dengan menampilkan identitas wisata berupa logo, nama wisata, *tagline*, dan informasi pendukung lainnya agar mudah dikenali oleh masyarakat. Proses produksi dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Evaluasi dilakukan melalui post-survei kepada pengelola, pengunjung, dan masyarakat. Hasil post-survei menunjukkan bahwa 86,8% responden menyatakan penggunaan *merchandise* dapat membantu menyebarkan informasi tentang Wisata Petik Buah Melon Mania. Dengan demikian, produksi *merchandise* dapat menjadi media promosi yang mendukung penyebaran informasi serta memperluas jangkauan promosi Wisata Petik Buah Melon Mania kepada masyarakat.

Kata Kunci: *Merchandise*, Media Promosi, Agrowisata, Wisata Petik Buah Melon Mania, *Public Relations*.

ABSTRACT

Melon Mania is an agrotourism destination located in Gunungpati District, Semarang City, offering visitors the experience of harvesting melons directly from the greenhouse. However, in terms of promotion, Melon Mania has not yet utilized a long-term and sustainable promotional medium. Promotional activities have mainly relied on WhatsApp Status and Instagram posts, which are only available for 24 hours, making the information inaccessible over a longer period. Based on the pre-survey results, 71.7% of respondents stated that these temporary promotional media were insufficient to support long-term promotion. Therefore, this final project focused on producing merchandise as a promotional medium for Melon Mania. The merchandise produced consisted of four items: totebags, notebooks, pens, and keychains. Each item was designed to feature the tourism destination's identity, including its logo, name, tagline, and other supporting information to enhance public recognition. The production process consisted of three stages: pre-production, production, and post-production. The effectiveness of the project was evaluated through a post-survey distributed to the management, visitors, and the public. The post-survey results showed that 86.8% of respondents agreed that the merchandise could help disseminate information about Melon Mania. Therefore, the production of merchandise can serve as an effective promotional medium to support information dissemination and expand the promotional reach of Melon Mania.

Keywords: *Merchandise, Promotional Media, Agro-tourism, Melon Mania, Public Relations.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat.....	8
1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa	8
1.4.2 Manfaat Bagi Klien	8
1.4.3 Manfaat Bagi Wisatawan	9
1.5 Luaran.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Karya Terdahulu	10
2.2 Kajian Teori.....	13
2.2.1 <i>Public Relations</i>	13
2.2.2 <i>Media Public Relations</i>	14
2.2.3 <i>Merchandise</i>	15
2.2.4 Promosi.....	17
2.2.5 Media Promosi	18
2.2.6 Agrowisata.....	20
2.2.7 Desain Grafis	21
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	27
3.1 Klien.....	27
3.2 Profil Klien.....	27
3.3 Metode Pelaksanaan	28

3.3.1	Pra Produksi	28
3.3.2	Produksi.....	28
3.3.3	Pasca Produksi.....	29
3.4	Konsep Karya Bidang	29
3.4.1	Klien Karya Bidang.....	29
3.4.2	Jenis Karya Bidang.....	30
3.4.3	Target Audiens	30
3.5	Konsep Penciptaan Karya	30
3.6	Rancangan Karya	31
3.6.1	Warna	31
3.6.2	Tipografi.....	33
3.6.3	Rancangan Desain Karya	34
3.7	Pendistribusian	41
3.8	Timeline Pelaksanaan.....	42
3.9	Rancangan Anggaran Biaya	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Gambaran Umum Permasalahan.....	43
4.2	Analisis Masalah	43
4.3	Proses Pembuatan Karya Bidang	44
4.3.1	Pra Produksi	44
4.3.2	Produksi.....	45
4.3.2.1	Hasil Rancangan Desain <i>Totebag</i>	48
4.3.2.2	Hasil Rancangan Desain Gantungan Kunci	50
4.3.2.3	Hasil Rancangan Desain <i>Notebook</i>	53
4.4	Pasca Produksi.....	56
4.5	Tinjauan Pemilik dan Pengunjung	56
4.5.1	Tinjauan Pemilik	56
4.5.2	Tinjauan Pengunjung.....	57
4.6	Hasil Evaluasi.....	60
4.6.1	Indikator Keberhasilan	68
4.6.2	Analisis Keberhasilan.....	68
4.7	Keberlanjutan	70
4.8	Kendala Pengkaryaan.....	70
BAB V	PENUTUP.....	72

5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA		74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Tugas Akhir.....	12
Tabel 3.1 Timeline Pelaksanaan Tugas Akhir	42
Tabel 3.2 Rancangan Anggaran Biaya.....	42
Tabel 4.1 Perbandingan Desain Awal dan Akhir <i>Totebag</i>	49
Tabel 4.2 Perbandingan Desain Awal dan Akhir Gantungan Kunci	52
Tabel 4.3 Perbandingan Desain Awal dan Akhir <i>Notebook</i>	54
Tabel 4.4 Perbandingan Desain Awal dan Akhir Pulpen.....	55
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Keberhasilan.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Kuesioner Mengenai Hasil Kuesioner Efektivitas Status Media Sosial Berdurasi 24 Jam sebagai Media Promosi Jangka Panjang	4
Gambar 1.2 Hasil Kuesioner Mengenai Efektivitas <i>Merchandise</i> sebagai Media Promosi Tidak Langsung Ketika Digunakan di Luar Area Wisata.....	5
Gambar 2.1 Komponen Desain Grafis: Garis	22
Gambar 2.2 Komponen Desain Grafis: Bentuk	23
Gambar 2.3 Komponen Desain Grafis: Warna	23
Gambar 2.4 Komponen Desain Grafis: Tekstur.....	24
Gambar 2.5 Komponen Desain Grafis: Ruang	25
Gambar 2.6 Komponen Desain Grafis: Huruf	25
Gambar 3.1 Logo Kebun Melon Mania	27
Gambar 3.2 Palet Warna Hijau	32
Gambar 3.3 Palet Warna Oranye	32
Gambar 3.4 Palet Warna Kuning	32
Gambar 3.5 Palet Warna Hijau Muda	33
Gambar 3.6 Font Mango AC.....	33
Gambar 3.7 Rancangan Desain <i>Totebag</i>	34
Gambar 3.8 Visualisasi <i>Mock Up Totebag</i>	34
Gambar 3.9 Rancangan Desain Gantungan Kunci.....	36
Gambar 3.10 Visualisasi <i>Mock Up</i> Gantungan Kunci	36
Gambar 3.11 Rancangan Desain <i>Notebook</i>	38
Gambar 3.12 Visualisasi <i>Mock Up Notebook</i>	38
Gambar 3.13 Rancangan Desain Pulpen.....	40
Gambar 3.14 Visualisasi <i>Mock Up</i> Pulpen	40
Gambar 4.1 Kanvas Kosong Ukuran A4.....	46
Gambar 4.2 Desain Akhir	46
Gambar 4.3 Desain Font Pada <i>Totebag</i>	47
Gambar 4.4 Desain Akhir <i>Mockup</i> Kaos	47
Gambar 4.5 Pembuatan Desain <i>Totebag</i> Bagian Depan	48
Gambar 4.6 Pembuatan Desain <i>Totebag</i> Bagian Belakang	48
Gambar 4.7 Pembuatan Desain Gantungan Kunci.....	50
Gambar 4.8 Pembuatan Desain <i>Notebook</i>	53
Gambar 4.9 Pembuatan Desain Pulpen.....	54
Gambar 4.10 Dokumentasi Serah Terima Produk <i>Merchandise</i>	57
Gambar 4.11 Produk <i>Merchandise</i>	57
Gambar 4.12 Dokumentasi Pengunjung	59

Gambar 4.13 Hasil Kuesioner Mengenai Kesan Pertama Responden Saat Melihat Merchandise Wisata Petik Buah Melon Mania.....	60
Gambar 4.14 Hasil Kuesioner Mengenai Kemudahan Membaca Informasi Berdasarkan Pemilihan Jenis Huruf pada <i>Merchandise</i>	61
Gambar 4.15 Hasil Kuesioner Mengenai Kejelasan Informasi yang Ditampilkan pada <i>Merchandise</i> Wisata Petik Buah Melon Mania.....	61
Gambar 4.16 Hasil Kuesioner Mengenai Kemudahan Pengenalan Nama Wisata Petik Buah Melon Mania melalui <i>Merchandise</i>	62
Gambar 4.17 Hasil Kuesioner Mengenai Nilai Guna <i>Merchandise</i> dalam Aktivitas Sehari-hari.....	62
Gambar 4.18 Hasil Kuesioner Mengenai Peran <i>Merchandise</i> dalam Pengenalan Wisata Petik Buah Melon Mania kepada Masyarakat	63
Gambar 4.19 Hasil Kuesioner Mengenai Peran Penggunaan <i>Merchandise</i> dalam Penyebaran Informasi Wisata Petik Buah Melon Mania	64
Gambar 4.20 Hasil Kuesioner Mengenai Potensi <i>Merchandise</i> dalam Membantu Promosi Wisata Petik Buah Melon Mania melalui Penggunaan Sehari-hari.....	64
Gambar 4.21 Hasil Kuesioner Mengenai Kesesuaian Pemilihan Jenis <i>Merchandise</i> sebagai Media Promosi Wisata Petik Buah Melon Mania.....	65
Gambar 4.22 Hasil Kuesioner Mengenai Kelayakan Penggunaan <i>Merchandise</i> sebagai Media Promosi Wisata Petik Buah Melon Mania.....	66
Gambar 4.23 Tanggapan Responden terhadap Hasil <i>Merchandise</i> dari Segi Desain dan Informasi yang Ditampilkan.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Sertifikat Hak Cipta	77
Lampiran 2 Sertifikat TOEFL	78
Lampiran 3 Berita Acara Serah Terima Produk.....	79
Lampiran 4 Dokumentasi Dengan Klien.....	81
Lampiran 5. Hasil Turnitin.....	82
Lampiran 6 Keterangan Bebas Plagiasi	87