



UNIVERSITAS DIPONEGORO

**PRODUKSI DESAIN *MERCHANDISE* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
MEREK KOSMETIK OVER THE MOOD**

TUGAS AKHIR

Hafizha Ayu Fajrilianti

40020619650096

SEKOLAH VOKASI

DEPARTEMEN INFORMASI DAN BUDAYA

PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN

INFORMASI DAN HUBUNGAN MASYARAKAT

SEMARANG

2023



**PRODUKSI DESAIN *MERCHANDISE* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
MEREK KOSMETIK OVER THE MOOD**

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 :

Hafizha Ayu Fajrilianti

40020619650096

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

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyampaikan bahwa tugas akhir disusun tanpa ada mengambil bahan hasil karya ilmiah baik untuk memperoleh gelar sarjana atau diploma yang sudah terbit pada universitas lain maupun hasil karya ilmiah lainnya. Penulisan tugas akhir ini dinyatakan tidak mengambil bahan melalui publikasi dan tulisan milik karya ilmiah orang lain, terkecuali yang telah dirujukan serta disebutkan pada bagian Daftar Pustaka. Penulis menyanggapi terkait sanksi jika penulis terbukti melakukan sebuah plagiasi ataupun pelanggaran dalam penulisan tugas akhir.

Nama : Hafizha Ayu Fajrilianti

NIM : 40020619650096

Tanda Tangan :



24 November 2023

HALAMAN PERSETUJUAN

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PRODUKSI *MERCHANDISE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
MEREK KOSMETIK OVER THE MOOD**

Oleh

Hafizha Ayu Fajrilianti (NIM 40020619650096)

Semarang, 24 November 2023

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing



Arifa Rachma Febriyani, S.LKom., M.I.Kom.




NIP. 199202122020122022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berikut diajukan oleh :

Nama : Hafizha Ayu Fajrilianti
NIM : 40020619650096
Program Studi : S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat
Judul Tugas Akhir : Produksi Desain *Merchandise* Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Merek Kosmetik Over The Mood

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji serta diterima sebagai salah satu bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Pembimbing : Arifa Rachma F, S.I.Kom., M.I.Kom ()
NIP. 199202122020122022
Penguji 1 : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono M.S. ()
NIP. 196110261987021001
Penguji 2 : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. ()
NIP. 199003172019032014

Semarang, 12 Desember 2023

Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Humas,



Dra. Sri Indrahti, M. Hum.
NIP. 196602151991032001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena limpahan karunia dan berkah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar, tanpa suatu kendala apapun. Pada tugas akhir yang ditulis oleh penulis, berisi terkait pelaksanaan *project* tugas akhir yang telah disusun sebagai salah satu syarat untuk lulus dari Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat. Pada bab pertama penulis menuliskan pendahuluan berupa latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat serta luaran tugas akhir yang dikerjakan oleh penulis. Pada bab kedua, penulis menuliskan terkait penelitian terdahulu serta landasan teori yang digunakan penulis dalam menyusun tugas akhir. Pada bab ketiga, penulis fokus untuk menguraikan metode yang dilakukan penulis dalam penyusunan tugas akhir. Pada bab keempat, penulis menuliskan terkait pembahasan *project* yang dibuat untuk tugas akhir, dan pada bab kelima penulis menuliskan kesimpulan dan saran dari penyusunan tugas akhir.

Dengan ini, penulis juga mengucapkan terima kasih untuk seluruh pihak yang terlibat. Penulis berharap bahwa laporan tugas akhir yang telah dibuat dapat bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata penulis mengucapkan mohon maaf apabila masih terdapat kekurangan dalam penulisan, dan mohon saran untuk perbaikan penulisan kedepannya.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“If you want, just do it, pray, and let God handle it.”

Hafizha Ayu Fajrilianti

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir akhir ini dipersembahkan untuk:

- 1. Allah SWT. atas segala kasih, karunia, rezeki dan petunjuk kepada penulis.*
- 2. Civitas akademik Universitas Diponegoro dan para dosen yang telah membimbing dengan tulus dan ikhlas selama masa perkuliahan.*
- 3. Keluarga tercinta yaitu Mami, Ayah dan Adik yang selalu memberikan dukungan materi dan emosional serta tidak pernah lelah untuk mendengarkan keluh kesah dari penulis.*
- 4. Hafizha Ayu Fajrilianti, terima kasih telah sabar dan tekun sehingga berhasil dalam mengerjakan tanggung jawab untuk menyelesaikan tugas akhir ini.*

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengungkapkan Puji dan Syukur serta rasa terima kasih kepada Allah SWT karena atas segala kasih, rezeki, kesehatan, petunjuk, dan pertolongan – Nya, yang membuat penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Produksi Desain *Merchandise* Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Merek Kosmetik Over The Mood” tanpa adanya kendala dan hambatan yang besar.

Selama keberlangsungan penyusunan tugas akhir ini, penulis tidak lupa mengungkapkan rasa syukur dan terima kasih atas segala dukungan moral maupun materi yang diberikan oleh berbagai pihak yang telah turut membantu dalam keberlangsungan tugas akhir ini sehingga dapat berjalan dengan lancar. Dengan itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Dra. Sri Indrahti, M.Hum., selaku Kepala Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.
2. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang dengan baik, sabar dan tulus hati memberikan segala bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
3. Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S., selaku dosen penguji tugas akhir yang telah memberikan segala masukan kepada penulis untuk keberhasilan dalam menyelesaikan karya dan tugas akhir penulis.
4. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen penguji tugas akhir yang telah memberikan segala masukan kepada penulis untuk keberhasilan dalam menyelesaikan karya dan tugas akhir penulis.
5. Jovanka Maura Adhistry, S.I.Kom., selaku pemilik dari *brand* Over The Mood yang paling banyak membantu dalam keberhasilan dan kebutuhan data yang dibutuhkan penulis, sehingga segala informasi yang penulis butuhkan terpenuhi dengan baik.
6. Kusmintarti dan Alm. Bambang Wijanarko, selaku orang tua penulis yang telah memberikan segala motivasi, semangat, dukungan baik moral dan

materi kepada penulis, sehingga penulis dapat melewati fase yang berat pada saat mengerjakan tugas akhir ini.

7. Kusmarheni Aprianti dan Agus Budijanto, selaku tante dan om penulis yang telah memberikan segala bantuan baik motivasi, maupun materi yang membuat penulis terpacu untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Dimas Hafizh Rangga Walid, selaku adik penulis yang tidak pernah bosan dan selalu bersedia mendengarkan seluruh keluh kesah yang dirasakan oleh penulis.
9. Sarah Aprilisti, Azka Anfasa, Ludwinia Putri, Andre Marcelino, Neta Puspitarini, Nabilla Fasha Syaferi, Astiara Soviana, Hany Mei Liana, Azkya Falabiba, Ayu Kartika, Nurmalia Komala, Adinda Nisrina, Bunga Almatia dan Ferdy Firmansyah yang telah setia menemani, mendampingi dan menghibur penulis pada saat proses menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih atas waktu dan kehadiran kalian.
10. Keluarga dan kerabat dekat yang tidak bisa satu persatu penulis sebutkan, terima kasih banyak atas segala doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.

Semarang, 24 November 2023

ABSTRAK

Pada saat ini industri kosmetik sedang berkembang di Indonesia. Over The Mood merupakan merek kosmetik yang baru berdiri di Indonesia pada bulan Maret 2023. Sebagai *brand* kosmetik yang baru, Over The Mood gencar melakukan promosi untuk mengenalkan mereknya kepada publik baik melalui media sosial, maupun promosi secara langsung pada saat berpartisipasi dalam kegiatan pameran produk kosmetik. Namun, hingga saat ini *brand* Over The Mood belum memiliki media *public relations* yang akan dijadikan sebagai alat promosi secara langsung. Karena hal tersebut, penulis mengusulkan untuk membuat lima rancangan desain *merchandise* yang sesuai dengan *image* yang ingin ditampilkan oleh *brand* Over The Mood dan akan digunakan sebagai media promosi agar publik lebih *aware* terhadap eksistensi *brand* kosmetik Over The Mood. Langkah ini diharapkan dapat menjadi solusi agar kedepannya pada saat berpartisipasi dalam kegiatan pameran produk kosmetik, mereka memiliki *merchandise* yang dapat dijadikan sebagai media promosi yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* merek kosmetik Over The Mood. Proses tugas akhir yang dilalui penulis terbagi menjadi tiga tahap yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Berdasarkan analisis dari ulasan yang diberikan oleh *client* dan target audiens, hasil karya yang dibuat penulis berupa lima rancangan desain *merchandise* yang diaplikasikan pada lima produk yaitu *tote bag*, rak kosmetik, *cosmetic pouch*, cermin genggam dan kipas tangan, dinilai bermanfaat dan sudah sesuai dengan *image* yang ingin direpresentasikan oleh *brand* Over The Mood.

Kata Kunci: Produksi, Desain Merchandise, Media Promosi, Brand Awareness, Merek Kosmetik Over The Mood

ABSTRACT

At present, the cosmetic industry is experiencing growth in Indonesia. Over The Mood is a cosmetic brand that was newly established in Indonesia in March 2023. As a nascent cosmetic brand, Over The Mood is vigorously promoting to introduce its brand to the public, both through social media and direct promotion when participating in cosmetic product exhibitions. However, until now, the Over The Mood brand does not yet have public relations media that will be used as a direct promotional tool. Due to this, the author proposes to create five merchandise design drafts that align with the image that the Over The Mood brand wants to display and will be used as promotional media to increase public awareness of the existence of the Over The Mood cosmetic brand. This step is expected to provide a solution so that in the future when participating in cosmetic product exhibition activities, they have merchandise that can be used as promotional media aimed at enhancing brand awareness of the Over The Mood cosmetic brand. The final project process that the author underwent is divided into three stages, namely pre-production, production, and post-production. Based on the analysis of the reviews given by the client and target audiens, the work result created by the author in the form of five merchandise design drafts applied to five products, namely tote bags, cosmetic racks, cosmetic pouches, handheld mirrors, and hand fans, is deemed beneficial and aligns with the image that the Over The Mood brand wants to represent.

Keywords: Production, Merchandise Design, Promotional Media, Brand Awareness, Over The Mood Cosmetic Brand

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan.....	14
1.4 Manfaat.....	14
1.5 Luaran.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 <i>State Of Art</i>	15
2.2. Landasan Teori	16

2.2.1 Media <i>Public relations</i>	17
2.2.2 Pengertian Produksi <i>Merchandise</i>	18
2.2.3 Pengertian Promosi	20
2.2.4 <i>Brand Awareness</i>	20
2.2.5 Pengertian Perancangan Desain Grafis.....	21
BAB III METODE PENGKARYAAN	25
3.1 Profil <i>Client</i>	25
3.2 Bagan Alur Pembuatan.....	27
3.3 Metode Pengkaryaan	27
3.3.1 Pra Produksi.....	27
3.3.2 Produksi	28
3.3.3 Pasca Produksi	29
3.4 Konsep Penciptaan Karya	29
3.5 Rancangan Karya	30
3.6 Tata Cara Pembuatan.....	33
3.7 Proses Pengujian.....	34
3.9 Timeline Pelaksanaan	35
3.8 Rancangan Anggaran Dana	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Permasalahan	37
4.2 Analisa Masalah	38
4.3 Proses Pembuatan dan Pembahasan Hasil.....	40
4.3.1 Pra Produksi.....	40
4.3.2 Produksi	43
4.3.3 Pasca Produksi	56

4.4	Kendala Pengkaryaan	70
4.5	Tinjauan <i>Client</i> dan Target Audiens	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN.....		84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil survei terkait <i>merchandise</i>	11
Gambar 2. 1 Kode warna <i>brand</i> Over The Mood	23
Gambar 2. 2 Logo <i>brand</i> Over The Mood.....	24
Gambar 3. 1 Over The Mood <i>lip tint</i>	25
Gambar 3. 2 Over The Mood <i>lip balm</i>	26
Gambar 3. 3 Over The Mood <i>lip cream</i>	26
Gambar 3. 4 Rancangan desain tampak depan	31
Gambar 3. 5 Rancangan desain tampak belakang	31
Gambar 3. 6 Rancangan desain tumbler	31
Gambar 3. 7 Rancangan desain <i>pouch</i> tampak depan	32
Gambar 3. 8 Rancangan desain <i>pouch</i> tampak belakang	32
Gambar 3. 9 Rancangan desain cermin genggam tampak depan	32
Gambar 3. 10 Rancangan desain cermin genggam tampak belakang	32
Gambar 3. 11 Rancangan desain kipas tangan tampak depan	33
Gambar 3. 12 Rancangan desain kipas tangan tampak belakang	33
Gambar 4. 1 Data penjualan pada <i>e- commerce</i> Shopee	38
Gambar 4. 2 Data penjualan pada <i>e- commerce</i> Tokopedia.....	39
Gambar 4. 3 Sketsa awal rancangan desain.....	45
Gambar 4. 4 Memilih opsi kuas	46
Gambar 4. 5 Memilih jenis, ketebalan dan kepadatan kuas	46
Gambar 4. 6 Menentukan warna kuas	47
Gambar 4. 7 Memulai untuk menggambar sketsa elemen kilauan.....	47
Gambar 4. 8 Penambahan layer pada aplikasi Ibis Paint X.....	48
Gambar 4. 9 Memilih ember cat untuk memasukan warna.....	48
Gambar 4. 10 Pemilihan warna untuk ember cat	49
Gambar 4. 11 Hasil gambar yang telah diwarnai	49
Gambar 4. 12 Menyimpan elemen kilauan.....	50
Gambar 4. 13 Hasil elemen kilauan	50
Gambar 4. 14 Mempersiapkan kanvas persegi/ <i>square</i>	51

Gambar 4. 15 Membuat tulisan awal.....	51
Gambar 4. 16 Tulisan setelah menggunakan <i>bold</i> dan <i>italic</i>	52
Gambar 4. 17 Tulisan setelah diberikan efek <i>shadow</i>	52
Gambar 4. 18 Hasil rancangan desain untuk <i>tote bag</i>	53
Gambar 4. 19 Hasil rancangan desain ketika sudah disimpan	53
Gambar 4. 20 Tampilan pada <i>software</i> Canva	54
Gambar 4. 21 Tampilan <i>mock up tote bag</i> pada aplikasi Canva	54
Gambar 4. 22 Hasil rancangan <i>mock up</i> produk <i>tote bag</i>	55
Gambar 4. 23 Hasil <i>review</i> dari <i>client</i>	72
Gambar 4. 24 Screenshot <i>review</i> dari salah satu target audiens.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pelaksanaan promosi secara <i>online</i>	4
Tabel 3. 1 Palet warna	30
Tabel 3. 2 Timeline pelaksanaan	35
Tabel 3. 3 Rencana anggaran.....	36
Tabel 4. 1 Alokasi biaya produksi.....	42
Tabel 4. 2 <i>Color pallet</i> final	43
Tabel 4. 3 Perbandingan hasil desain <i>tote bag</i>	59
Tabel 4. 4 Perbandingan desain yang diaplikasikan pada rak kosmetik	61
Tabel 4. 5 Perbandingan desain <i>cosmetic pouch</i>	64
Tabel 4. 6 Perbandingan hasil desain cermin genggam	67
Tabel 4. 7 Perbandingan hasil desain kipas tangan	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Izin Pengambilan Data	84
Lampiran 2. Surat Pernyataan Kerjasama	85
Lampiran 3. Hasil Turnitin Penulis	86