



**PRODUKSI MEDIA *PUBLIC RELATIONS MERCHANDISE*
KIT GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* GFORCE**

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Terapan Program Studi STr. Informasi dan Hubungan Masyarakat
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh:

Dinda Maharani

40020619650205

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

2024

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 penulisan 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 : Dinda Maharani

NIM : 40020619650205

Tanda Tangan :



Tanggal : Maret 2024

PERSETUJUAN

PROPOSAL TUGAS AKHIR

**PRODUKSI MEDIA *PUBLIC RELATIONS MERCHANDISE KIT*
GUNA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS GFORCE***

Oleh

DINDA MAHARANI

40020619650205

Semarang, 19 Maret 2024

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Drs. Juyo Nur Suryanto Gono, M.Si.

NIP. 19611026198721001

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Dinda Maharani
NIM : 40020619650205
Program Studi/Konsentrasi : Informasi dan Humas / Hubungan Masyarakat

Judul Tugas Akhir :

Produksi Media Public Relations Merchandise Kit Guna Meningkatkan Brand Awareness Gforce

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 : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.Si.

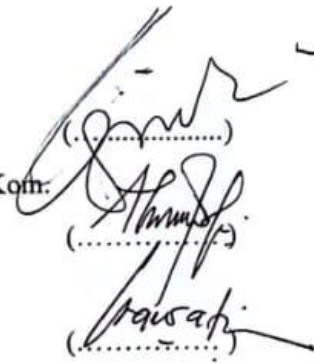
NIP. 19611026198721001

Penguji I : Arifa Rachma Febriyanti S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

Penguji II : Yayuk Endang Irawati S.S., M.A

NIP. 198502112019032009



Semarang, Maret 2024

Ketua Prodi Informasi dan Humas,



Dra. Sri Indrahti, M.Hum

NIP.196602151991032001

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademis Universitas Diponegoro, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : DINDA MAHARANI
NIM : 40020619650205
PROGRAM STUDI : SARJANA TERAPAN INFORMASI DAN HUMAS
DEPARTEMEN : INFORMASI DAN BUDAYA
FAKULTAS : SEKOLAH VOKASI
JENIS KARYA : TUGAS AKHIR

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Diponegoro Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*None-exclusive Royalty FreeRight*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PRODUKSI MEDIA *PUBLIC RELATIONS MERCHANDISE KIT* GUNA
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* GFORCE.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Diponegoro berhak menyimpan, mengalih media/formatkan mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, Maret 2024

Yang menyatakan,

DINDA MAHARANI
NIM 40020619650205

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.” – QS Al Baqarah 286

Dipersembahkan Untuk:

1. Universitas Diponegoro
2. Sekolah Vokasi
3. Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas
4. Seluruh Staff Perusahaan Gforce
5. Keluarga dan teman-teman

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang atas rahmat-Nya dan karunianya saya dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul '*PRODUKSI MEDIA PUBLIC RELATIONS MERCHANDISE KIT GUNA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS GFORCE*' penyusunan Karya Ilmiah ini didasari dengan ilmu yang didapatkan dalam jurusan Informasi dan Hubungan Masyarakat pada konsentrasi *Public Relations*. Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Tugas Akhir pada program studi Informasi dan Hubungan Masyarakat. Tugas akhir ini terdiri dari beberapa BAB antara lain:

BAB 1 pendahuluan, dimana penulis menjelaskan terkait dengan latar belakang penulisan Tugas akhir *branding brand awareness Gforce* melalui *merchandise* yang dilatar belakangi dengan jumlah pengetahuan *brand Gforce* belum banyak diketahui, selain itu pada bab ini berisi rumusan masalah mengenai rancangan desain *merchandise* untuk *branding brand awareness Gforce*, tujuan proyek, manfaat proyek, dan luaran yang didapatkan pada Tugas Akhir *branding Gforce*.

BAB II berisi kajian karya ilmiah terdahulu mengenai *branding brand awareness* dan mengenai pengaruh *branding* pada perusahaan yang penulis analisis dan Landasan Teori Konsep pemasaran yang digunakan penulis dalam menulis Tugas Akhir ini.

BAB III Berisi mengenai *profile* klien yaitu *Gforce*, bagan alur pembuatan *merchandise*, metode pelaksanaan yang berisi pra produksi, produksi dan pasca produksi, konsep penciptaan karya desain *merchandise*, rancangan karya dalam bentuk gambar desain *Gforce*, proses pengujian, timeline pelaksanaan, dan rancangan harga yang digunakan dalam proyek *merchandise* ini.

BAB IV Berisi mengenai analisis hasil, yaitu penulis menganalisis perbedaan konsep desain dengan hasil desain *merchandise*, review klien dan pelanggan *Gforce*.

BAB V Penutup, penulis memberikan penjelasan terkait kesimpulan mengenai bentuk pesan yang penulis sampaikan melalui desain *merchandise* dan saran mengenai *branding Gforce*. Selanjutnya terdapat Lampiran, penulis memberikan informasi lebih detail terkait lampiran surat Kerjasama dengan *Gforce*, dan gambar dokumentasi pada proyek Tugas Akhir ini.

Semarang, Maret 2024

Penulis

ABSTRAK

Suatu perusahaan memiliki strategi untuk menaikkan brand awarenessnya atau membranding suatu produk yang dihasilkan. Berdasarkan pra riset, masalah yang ditemukan yaitu pengetahuan brand Gforce masih harus ditingkatkan melalui strategi branding Public Relations. Terdapat berbagai cara untuk branding salah satunya yaitu kegiatan branding melalui strategi merchandise. Merchandise sendiri merupakan alat yang digunakan sebagai media promosi. Proyek tugas akhir ini melawati proses pra produksi, produksi dan pasca produksi desain *merchandise*. Hasil desain *merchandise* juga melalui tahap *review* klien Gforce dan Klien pelanggan Gforce. Dalam *review* tersebut secara garis besar klien dan pelanggan sangat mengapresiasi dan mendapatkan informasi mengenai brand Gforce melalui *merchandise* tersebut.

Kata kunci : Merchandise, Branding, Brand Awareness, Gforce, Desain produk.

ABSTRACT

A company has a strategy to increase its brand awareness or branding of the products it produces. Based on pre-research, the problem found is that Gforce brand knowledge still needs to be improved through Public Relations branding strategies. There are various ways of branding, one of which is branding activities through merchandise strategies. Merchandise itself is a tool used as promotional media. This final project goes through the pre-production, production and post-production processes of merchandise design. The merchandise design results also go through the review stage of Gforce clients and Gforce customer clients. In general, in this review, clients and customers really appreciate and get information about the Gforce brand through this merchandise.

Keywords : *Merchandise, Branding, Brand Awareness, Gforce, Product design.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan	10
1.4 Manfaat	10
1.5 Luaran	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Karya Terdahulu	12
2.2 Landasan teori	14
2.2.1 Pengertian Produksi	14
2.2.2 Media Public Relations	14

2.2.3 Pengertian <i>Merchandise Kit</i>	16
2.2.4 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	18
2.2.6 Pengertian <i>Event</i>	19
BAB III.....	20
METODE	20
3.1 <i>Profile Client</i>	20
3.2 Bagan Alur Pembuatan.....	21
3.3 Metode Pelaksanaan	22
3.3.1 Pra Produksi	22
3.3.2 Produksi	23
3.3.3 Pasca Produksi	23
3.4 Konsep Penciptaan Karya	23
3.4.1 Konsep Gantungan Kunci Dompot	27
3.4.2 Konsep Masker	28
3.4.3 Konsep <i>Tote Bag</i>	28
3.4.4 Konsep Payung	29
3.4.5 Konsep <i>Leaflet</i>	29
3.5 Rancangan Karya	31
3.5.1. Rancangan Gantungan Kunci Dompot	31
3.5.2 Rancangan Masker.....	32
3.5.3 Rancangan <i>Tote Bag</i>	32
3.5.4 Rancangan Payung.....	33
3.5.5 Rancangan <i>Leaflet</i>	35
3.6 Proses Pembuatan.....	36
3.6.1 Gantungan Kunci Dompot	36
3.6.2 Masker	37
3.6.3 <i>Tote Bag</i>	37
3.6.4 Payung	38

3.7 Proses Pengujian.....	39
3.8 Timeline Pelaksanaan.....	40
3.9 Rancangan Anggaran	41
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Masalah.....	42
4.2 Analisis Masalah	43
4.3 Pembahasan Hasil Desain Merchandise Kit.....	44
4.3.1 Gantungan Kunci Dompet	44
4.3.2 Masker	45
4.3.3 <i>Tote Bag</i>	46
4.3.4 Payung	47
4.3.5 <i>Leaflet</i>	48
4.4 Hasil Review (Pengujian).....	49
4.4.1 Hasil Review Klien.....	49
4.4.2 Hasil Review Pelanggan Gforce.....	50
BAB V.....	56
PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60
Lampiran 10 Hasil Review Pelanggan Gforce.....	64
Hasil Turnitin.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram 1 Pengetahuan Brand Gforce Sumber: Kuisisioner Riset	4
Gambar 1. 2 Diagram 2 Mendatangi Pameran Otomotif Sumber: Kuisisioner Riset	5
Gambar 1. 3 Diagram 3 Mendatangi Booth pada Event atau Pameran Gforce Sumber: Kuisisioner Riset	5
Gambar 1. 4 Diagram 4 Membagikan Merchandise Kit kepada Masyarakat Sumber: Kuisisioner Riset	7
Gambar 1. 5 Diagram 5 Tingkat Pemberian Merchandise Kit dari Perusahaan dapat Meningkatkan Kesan Positif bagi Masyarakat Sumber: Kuisisioner Riset	8
Gambar 1. 6 Diagram 6 Pengetahuan Pengguna Merchandise Kit dapat Meningkatkan Brand tersebut Sumber: Kuisisioner Riset	8
Gambar 1. 7 Piramida Kesadaran akan Merek Sumber: Istock	9
Gambar 3. 1	20
Gambar 3. 2 Rancangan Gantungan Kunci Dompet	31
Gambar 3. 3 Rancangan Desain Masker	32
Gambar 3. 4 Rancangan Tote Bag	33
Gambar 3. 5 Rancangan Desain Payung	34
Gambar 3. 6 Rancangan desain Leaflet.....	35
Gambar 4. 1	44
Gambar 4. 2 Desain Masker Before	45
Gambar 4. 3 Desain Masker After	45
Gambar 4. 4 Before After Desain Totebag	46
Gambar 4. 5 Desain Payung	47
Gambar 4. 6 Desain Leaflet	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Bagan Alur Pembuatan	21
Tabel 3. 2 Timeline Pelaksanaan	40
Tabel 3. 3 Rancangan Anggaran	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 0-1 Surat Berita Acara Serah Terima TA	60
Lampiran 0-2 Dokumentasi Foto Penulis	61
Lampiran 0-3 Dokumentasi Bersama Operational Manager.....	62
Lampiran 0-4 Hasil Responden.....	63