



**PRODUKSI MEDIA PROMOSI BERUPA
MERCHANDISE KIT SEBAGAI STRATEGI
MEMPERKUAT IDENTITAS BRAND WISATA
ARENAN KALIKESEK DI KABUPATEN KENDAL**

TUGAS AKHIR

OLEH :

Jenyke Elsyadora Pitaloka

40020621650082

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tanda tangan dibawah Ini:

Nama : Jenyke Elsyadora Pitaloka

NIM : 40020621650082

Program Studi : D4 – Informasi dan Humas

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.

Semarang, 6 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Jenyke Elsyadora Pitaloka

NIM. 40020621650082

**HALAMAN PERSETUJUAN
PROPOSAL TUGAS AKHIR**

**PRODUKSI MEDIA PROMOSI BERUPA *MERCHANDISE KIT* SEBAGAI
STRATEGI MEMPERKUAT IDENTITAS BRAND WISATA ARENAN
KALIKESEK DI KABUPATEN KENDAL**

Oleh,

Jenyke Elsyadora Pitaloka

40020621650082

Semarang, 6 Agustus 2025

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing



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

NIP. 199202122020122022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Jenyke Elsyadora Pitaloka
NIM : 40020621650082
Program Studi : STr. Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi Media Promosi Berupa *Merchandise Kit*
Sebagai Strategi Memperkuat Identitas Brand
Wisata Arenan Kalikese Di Kabupaten Kendal

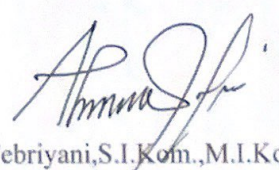
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)
Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)
Penguji II : Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)

Semarang, 6 Agustus 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas,


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

NIP. 19920212202012202

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas kehadiran, rahmat dan karunia nya yang telah memberikan berkah dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Produksi Media Promosi Berupa *Merchandise Kit* Sebagai Strategi Memperkuat Identitas Brand Wisata Arenan Kalikese Di Kabupaten Kendal”. Penulisan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dan meraih gelar Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Dengan pembuatan proyek Tugas Akhir ini yang terdiri dari lima bab.

PADA BAB I “PENDAHULUAN” berisi mengenai penjelasan permasalahan yang terjadi sehingga melatarbelakangi penulis untuk melakukan observasi dan pengambilan data untuk memperkuat permasalahan yang terjadi, sehingga penulis mengambil proyek Tugas Akhir yang disesuaikan dengan hasil pengambilan data, dalam bab ini disajikan data pendukung, rumusan masalah, tujuan proyek Tugas Akhir, manfaat dan luaran.

PADA BAB II “TINJAUAN PUSTAKA” menjelaskan mengenai kajian teori yang digunakan penulis sebagai bahan acuan dalam menyusun rancangan proyek Tugas Akhir, bab ini berisi mengenai kajian penelitian terdahulu serta teori yang relevan dengan proyek penulis.

PADA BAB III “METODE PELAKSANAAN” bab ini menjelaskan metode yang digunakan penulis dalam proses merancang desain merchandise, mulai dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi, selanjutnya pada bab ini juga terdapat rangkain mengenai perancangan desain awal merchandise sebelum desain tersebut diproduksi.

PADA BAB IV “ HASIL DAN PEMBAHASAN” berisi mengenai pemaparan penulis dalam merancang hasil desain merchandise final yang telah diproduksi atau dicetak dan diserahkan kepada klien, pada bab ini mencakup gambaran umum serta urain proses perancangan dari awal hingga akhir.

Dilanjutkan tahap evaluasi keberhasilan yang dicantumkan menggunakan data dengan melakukan post-survei.

PADA BAB V “ KESIMPULAN DAN SARAN” pada bab ini penulis memberikan kesimpulan pada penyusunan Tugas Akhir dari awal hingga akhir secara garis besar dan memberikan saran untuk keberhasilan projek di kemudian hari bagi Wisata Arenan Kalikese.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

اَللّٰهُمَّ يَسِّرْ وَلَا تُعَسِّرْ

Allahumma Yassir Wala Tu'assir

“Ya Allah, mudahkanlah dan janganlah Engkau persulit”

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

- 1. Keluarga saya Mamah, Papah, Kakak dan Adik tercinta yang selalu memberikan dukungan dan juga motivasi kepada penulis untuk terus semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir.*
- 2. Teman-teman di masa perkuliahan, keluarga besar Informasi dan Humas angkatan 2021, serta jajaran dosen yang telah tulus memberikan ilmu di bangku perkuliahan sehingga dapat digunakan sebagai bekal untuk kedepannya.*
- 3. Kepada diri saya sendiri, terima kasih karena telah berjuang dan terus bersemangat untuk menyelesaikan bangku perkuliahan, selamat karena telah berhasil melewati segala rintangan dan kendala yang dihadapi dengan segala usaha dan doa.*

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas kehadiran, rahmat dan karunianya yang telah memberikan berkah dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat kelulusan dan meraih gelar Sarjana Terapan Program Studi Informasi dan Humas, Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Selama proses penyusunan Tugas Akhir, pastinya penulis tidak lepas dari kesalahan, kesulitan dan hambatan. Namun dengan segala usaha, doa, bimbingan dan motivasi yang penulis dapatkan dari berbagai pihak, hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan semangat dan sungguh-sungguh. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala rahmat dan berkah yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan penuh rasa syukur dan lancar.
2. Perempuan yang amat saya cintai sekaligus pintu surgaku, Mama Siti Yurobanah yang selalu menemani perjalanan hidup penulis tanpa mengeluh sekaligus memberikan arahan, doa dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
3. Laki-laki yang berharga dalam hidup penulis sekaligus cinta pertama, Papah Pratomo Kustiawan. Terima kasih karena tidak pernah mengeluh dan menyerah dalam mencari nafkah demi kelayakan pendidikan dan hidup penulis, semoga kelak anak perempuan satu-satunya ini dapat mengangkat derajatmu.
4. Prof Dr. Ir. Budiyono, M. Si selaku Dekan Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro
5. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi D4 – Informasi dan Humas, sekaligus dosen pembimbing yang dengan tulus

memberikan arahan, bimbingan serta dukungan kepada penulis pada proses penyusunan Tugas Akhir dari awal hingga akhir.

6. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. dan Yofiendi Indah Indainanto, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen penguji yang selalu memberikan arahan kepada penulis untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini.
7. Segenap pengelola Wisata Arenan Kalikese, khususnya Mas Arik dan Mba Ema yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan proyek Tugas Akhir.
8. Kepada kakak penulis Desalfa Galih, adik laki-laki Muhammad Gilang dan sepupu penulis Anjar, Nindy, dan Feby yang selalu memberikan dukungan, menjadi tempat berkeluh kesah, memberikan motivasi dan menghibur penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir dari awal hingga akhir.
9. Nabila Nur Azizah selaku patner penulis dalam menyusun Tugas Akhir, terima kasih karena telah kebersamai penulis dan berjuang bersama dari awal observasi hingga akhir.
10. Sahabat Penulis Aviesta, Risma, Devi, Vanessa, Alya, Nadia, Masita, Silvy, Fito, Safron, Hilmy, Ibnu dan Zindan. Terima kasih karena telah memberikan dukungan dan selalu menjadi sahabat yang menghibur penulis dalam kondisi apapun.
11. Teman-teman seperjuangan yang selama ini telah memberikan warna yang indah dalam masa perkuliahan dan kebersamai penulis di masa menyelesaikan Tugas Akhir. Amrina Rosyada, Mustam Miroh, Latifa Dyas, Putri Pratama, Aldilla Aurora, Zharfanny.

Semarang, 6 Agustus 2025

Jenyke Elsyadora Pitaloka

ABSTRAK

Wisata Arena Kalikeseek merupakan destinasi wisata yang terletak di Desa Sriwulan dan menjadi sektor pariwisata yang mempengaruhi kemajuan desa. Namun, menurut hasil data melalui pra-survei sebanyak 81,8% responden masih belum mengetahui secara sadar mengenai identitas brand milik Wisata Arenan Kalikeseek, sedangkan 18,2% responden mengetahui identitas brand Wisata Arenan Kalikeseek. Pada proyek Tugas Akhir ini, penulis merancang desain *merchandise* yang digunakan sebagai media promosi dengan tujuan untuk memperkuat identitas brand dan mendukung aktivitas promosi melalui komunikasi yang efektif. Pembuatan *merchandise* ini berfokus untuk memperkuat identitas brand melalui visual logo yang terletak pada setiap desain *merchandise* atau kemasan dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran pengunjung terhadap identitas brand milik Wisata Arena Kalikeseek. Lima item desain *merchandise* diantaranya adalah: kaos, totebag, gantungan kunci, topi, dan payung. Tahap yang digunakan penulis agar proses pembuatan desain *merchandise* terstruktur menggunakan tiga tahap, yang terdiri dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Untuk menentukan keberhasilan dari proyek ini, penulis melakukan evaluasi langsung dengan melakukan post-survei yang disebarakan kepada pengunjung dan pengelola. Berdasarkan hasil post-survei menunjukkan bahwa sebanyak 94,5% responden menyatakan mengetahui identitas brand Wisata Arenan Kalikeseek, hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya peningkatan dari jumlah awal 18,2% meningkat menjadi 76,3% serta ulasan dari klien dan pengunjung menunjukkan bahwa kelima item *merchandise* dapat digunakan sebagai media pendukung aktivitas promosi sehingga dapat memperkuat identitas brand.

Kata Kunci: Arenan Kalikeseek, Identitas Brand, *Merchandise*, Desain, *Public Relations*

ABSTRACT

Kalikesek Arena Tourism is a tourist destination located in Sriwulan Village and is a tourism sector that influences the progress of the village. However, according to the results of a pre-survey, 81.8% of respondents were still unaware of the brand identity of Kalikesek Arena Tourism, while 18.2% of respondents were aware of the brand identity of Kalikesek Arena Tourism. In this final project, the author designed merchandise to be used as a promotional medium with the aim of strengthening the brand identity and supporting promotional activities through effective communication. The creation of this merchandise focuses on strengthening the brand identity through the visual logo placed on each merchandise design or packaging, with the aim of increasing visitors' awareness of the brand identity of Kalikesek Arena Tourism. The five merchandise designs include: t-shirts, tote bags, keychains, hats, and umbrellas. The author used three stages to structure the merchandise design process: pre-production, production, and post-production. To determine the success of this project, the author conducted a direct evaluation by distributing a post-survey to visitors and managers. Based on the post-survey results, 94.5% of respondents stated that they were aware of the brand identity of Wisata Arenan Kalikesek. This result indicates an increase from the initial percentage of 18.2% to 76.3%. Additionally, feedback from clients and visitors showed that the five merchandise items could be used as promotional tools, thereby strengthening the brand identity.

Keywords: Arenan Kalikesek, Brand Identity, Merchandise, Design, Public Relations

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN PROPOSAL TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan.....	12
1.4 Manfaat.....	12
1.5 Luaran.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Karya Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Public Relations	15
2.3 Branding	18
2.3.1 Pengertian Branding.....	18
2.3.2 Fungsi Branding	19
2.3.3 Manfaat Branding.....	19
2.4 Identitas Brand	20

2.5 Pariwisata	22
2.5.1 Pengertian Pariwisata	22
2.5.2 Branding Pariwisata	22
2.6 Jenis-jenis pariwisata.....	23
2.6.1 Wisata Alam.....	23
2.6.2 Wisata Seni, Budaya dan Sejarah.....	24
2.6.3 Wisata Buatan	24
2.7 Merchandise	25
2.7.1 Pengertian Merchandise	25
2.8 Desain Grafis	26
2.8.1 Pengertian Desain Grafis.....	26
2.8.2 Tujuan Desain grafis	26
2.8.3 Unsur-Unsur Desain Grafis.....	27
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	33
3.1 Profile Klien	33
3.1.1 Profile Wisata Arenan Kalikese.....	33
3.2 Metode Pelaksanaan	35
3.2.1 Pra Produksi	35
3.2.2 Produksi	35
3.2.3 Pasca Produksi	36
3.3 Konsep Karya Bidang	36
3.3.1 Klein Karya Bidang.....	36
3.3.2 Jenis Karya Bidang	36
3.3.3 Target Audiens	36
3.4 Konsep Penciptaan Karya	37
3.5 Rancangan Karya	39
3.5.1 Warna	39
3.5.2 Tipografi.....	40
3.5.3 Rancangan Desain Karya kaos.....	41
3.5.4 Rancangan Desain Karya <i>Totebag</i>	42
3.5.5 Rancangan Desain Karya Gantungan Kunci	43

3.5.6	Rancangan Desain Karya Topi	44
3.5.7	Rancangan Desain Karya Payung	45
3.6	Tata Cara Pembuatan Desain Merchandise	45
3.6.1	Kaos	46
3.6.2	Totebag.....	46
3.6.3	Gantungan Kunci	47
3.6.4	Topi	48
3.6.5	Payung.....	48
3.7	Timeline pelaksanaan	50
3.8	Rancangan Anggaran Biaya	51
3.9	Rancangan Evaluasi	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	52
4.2	Analisa Masalah	53
4.3	Pra Produksi	53
4.3.1	Penentuan Konsep.....	53
4.3.2	Perencanaan.....	54
4.4	Produksi.....	55
4.4.1	Hasil Rancangan Desain <i>Merchandise</i> Kaos	59
4.4.2	Hasil Rancangan Merchandise <i>Tote Bag</i>	62
4.4.3	Hasil Rancangan Merchandise Gantungan Kunci.....	64
4.4.4	Hasil Rancangan Merchandise Topi	66
4.4.5	Hasil Rancangan Merchandise Payung.....	68
4.5	Pasca Produksi.....	70
4.6	Tinjauan Klien dan Pengunjung	70
4.6.1	Tinjauan Klien.....	70
4.6.2	Tinjauan Pengunjung.....	73
4.7	Hasil Evaluasi.....	75
4.7.1	Analisis Perbandingan Survei	78
4.8	Kendala Dalam Proses Pengkaryaan	78
4.9	Keberlanjutan	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
DAFTAR LAMPIRAN	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Kuesioner Mengenai Apakah Anda Pernah Berkunjung ke Wisata Arenan Kalikese	8
Gambar 1. 2 Hasil Kuesioner Mengenai Pengetahuan Pengunjung Terhadap Logo Identitas Wisata Arenan Kalikese	9
Gambar 2. 1 Pallet Warna Hue	28
Gambar 2. 2 Pallet Warna Value.....	28
Gambar 2. 3 Pallet Warna Intensity	29
Gambar 2. 4 Jenis Huruf	30
Gambar 2. 5 Jenis Bidang	31
Gambar 2. 6 Jenis Garis	31
Gambar 3. 1 Logo Wisata Arenan Kalikese.....	33
Gambar 3. 2 Skema Warna	40
Gambar 3. 3 Font Chewy	41
Gambar 3. 4 Rancangan Desain Kaos.....	41
Gambar 3. 5 Rancangan Desain Totebag	42
Gambar 3. 6 Desain Karya Gantungan Kunci.....	43
Gambar 3. 7 Desain Karya Topi	44
Gambar 3. 8 Desain Karya Payung	45
Gambar 4. 1 Kanvas Kosong Berbentuk Persegi	56
Gambar 4. 2 Desain Akhir	57
Gambar 4. 3 Desain Font Pada Kaos	58
Gambar 4. 4 Desain Akhir Mockup Kaos.....	59
Gambar 4. 5 Pembuatan Desain Kaos.....	59
Gambar 4. 6 Pembuatan Desain Kaos.....	62
Gambar 4. 7 Pembuatan Desain Gantungan Kunci.....	64
Gambar 4. 8 Pembuatan Desain Topi	66
Gambar 4. 9 Pembuatan Desain Payung	68
Gambar 4. 10 Dokumentasi Serah Terima Produk Merchandise Kit Kepada Pengelola Wisata Arenan Kalikese	72
Gambar 4. 11 Produk Merchandise Kit.....	72
Gambar 4. 12 Dokumentasi Pengenalan Merchandise Kit Bersama Pengunjung Wisata Arenan Kalikese	75
Gambar 4. 13 Hasil diagram apakah merchandise efektif digunakan sebagai media promosi Wisata Arenan Kalikese.....	76
Gambar 4. 14 Hasil Diagram Pemilihan Logo Wisata Arenan Kalikese.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Wisata Arenan Kalikeseek	3
Tabel 1. 2 Postingan dan Reels Akun Instagram Wisata Arenan Kalikeseek	5
Tabel 3. 1 Harga Tiket Masuk dan Fasilitas Wisata Arenan Kalikeseek.....	34
Tabel 3. 2 Timeline Pelaksanaan Tugas Akhir	50
Tabel 3. 3 Rancangan Anggaran Biaya.....	51
Tabel 4. 1 Biaya Cetak Merchandise	55
Tabel 4. 2 Perbandingan Desain Awal dan Akhir Merchandise Kaos	60
Tabel 4. 3 Perbandingan Desain Awal dan Akhir Merchandise Totebag.....	63
Tabel 4. 4 Perbandingan Desain Awal dan Akhir Merchandise Gantungan Kunci	65
Tabel 4. 5 Perbandingan Desain Awal dan Akhir Merchandise Topi.....	67
Tabel 4. 6 Perbandingan Desain Awal dan Akhir Merchandise Payung	69
Tabel 4. 7 Desain Logo Pada Post Survei	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Permohonan Pengambilan Data	85
Lampiran 2. Hasil Turnitin.....	86
Lampiran 3. Keterangan Bebas Plagiasi	91