



**“PERANCANGAN DESAIN *MERCHANDISE KIT* SEBAGAI SARANA
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PT. JANANI ABADI”**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.)
Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh:
Belinda Ratu Hapsari
40020621650020

PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN (S.Tr)
INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2025

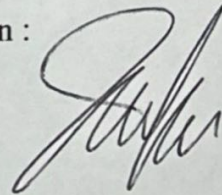
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya asli saya sendiri dan tidak mengandung bagian-bagian yang diambil dari karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali yang telah disebutkan secara tertulis dalam kutipan dan daftar Pustaka. Segala bentuk sumber informasi yang digunakan telah dicantumkan sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan demikian, saya bertanggung jawab penuh atas keaslian dan keabsahan isi skripsi ini serta bersedia menerima segala konsekuensi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika akademik.

Nama : Belinda Ratu Hapsari

NIM : 40020621650020

Tanda Tangan :



Tanggal : 8 Desember 2025

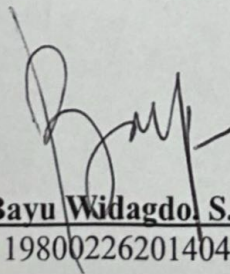
HALAMAN PERSETUJUAN
TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN DESAIN *MERCHANDISE KIT* SEBAGAI SARANA
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PT. JANANI ABADI**

Oleh:
Belinda Ratu Hapsari
40020621650020

Semarang, 8 Desember 2025

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing



Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 198002262014041001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Belinda Ratu Hapsari
NIM : 40020621650020
Program Studi : Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain *Merchandise Kit* Sebagai
Sarana Meningkatkan *Brand Awareness* PT.
Janani Abadi

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

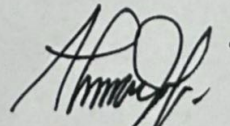
TIM PENGUJI

Pembimbing : Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 198002262014041001
Penguji I : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199202122020122022
Penguji II : Ni Putu Eka Budi Pradnya Wulandari Dewi
S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19990512202406200

(.....)
(.....)
(.....)

Semarang, 8 Desember 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas,



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

NIP. 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perancangan Desain *Merchandise Kit* sebagai Sarana Meningkatkan *Brand Awareness* PT. Janani Abadi”. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Humas. Tugas akhir ini bertujuan untuk mengembangkan dan merancang *merchandise kit* yang dapat berfungsi sebagai media komunikasi visual dalam meningkatkan *brand awareness* perusahaan.

Laporan ini tersusun atas 5 (lima) bab, secara garis besar, pembahasan pada tiap BAB dapat penulis uraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: Bab ini membahas latar belakang permasalahan utama yaitu rendahnya *brand awareness* PT. Janani Abadi akibat strategi promosi yang masih konvensional dan minimnya pemanfaatan media komunikasi modern. Bab ini juga memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, serta luaran berupa rancangan desain *merchandise kit* yang terdiri dari tujuh item.

BAB II LANDASAN TEORI: Bab ini berisi teori-teori pendukung yang menjadi dasar perancangan, seperti konsep *public relation*, media *PR*, *brand awareness*, dan teori-teori lainnya. Bab ini juga menyajikan kajian karya terdahulu untuk menunjukkan posisi penelitian serta *gap* yang ingin diselesaikan.

BAB III METODE PELAKSANAAN: Bab ini menjelaskan profil klien, segmentasi audiens, metode pelaksanaan (pra-produksi, produksi, dan pasca produksi), konsep penciptaan karya, rancangan visual setiap *item merchandise*, tata cara pembuatan desain, timeline pelaksanaan, serta rincian anggaran biaya proyek.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN: Bab ini menyajikan hasil analisis terhadap permasalahan *brand awareness* PT. Janani Abadi dan bagaimana *merchandise kit* dirancang sebagai solusi strategis *PR* untuk meningkatkan visibilitas dan identitas

merek perusahaan. Bab ini juga menunjukkan proses desain, hasil *mockup*, perbandingan antara rancangan awal dan hasil akhir, serta penyesuaian desain akibat keterbatasan vendor dan anggaran.

BAB V PENUTUP: Bab ini berisi kesimpulan mengenai efektivitas perancangan *merchandise kit* dalam membantu meningkatkan *brand awareness*, serta saran bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya dalam mengembangkan strategi visual dan media promosi yang lebih optimal.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh sebab itu, penulis membuka diri terhadap saran dan kritik yang konstruktif demi penyempurnaan karya di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi visual, perancangan media *public relation*, dan strategi *brand awareness* dalam konteks industri logistik.

Semarang, 8 Desember 2025

Belinda Ratu Hapsari

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

*Progress isn't about being perfect; it's about looking back and realizing **you're not where you started.***

PERSEMBAHAN

“Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, karya ini kupersembahkan kepada keluarga tercinta, yang doa dan kasih sayangnya tak pernah putus mengiringi setiap langkahku. Untuk orangtuaku, yang menjadi cahaya dalam setiap gelapku dan rumah dalam setiap perjalananku. Untuk para dosen dan pembimbingku, yang tak hanya mengajarkan ilmu, tetapi juga menanamkan kebijaksanaan dalam setiap prosesnya. Serta untuk diriku sendiri, yang telah bertahan, berjuang, dan terus melangkah meski jalan kadang terasa panjang. Semoga persembahan kecil ini menjadi bukti bahwa setiap usaha, sekecil apapun, selalu bermakna ketika dilakukan dengan ketulusan dan bersungguh-sungguh.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur dan keharuan, karya ini saya persembahkan kepada mereka yang menjadi cahaya dalam setiap perjalanan ini. Kepada mereka yang doa, cinta, dan keyakinannya senantiasa mengiringi tiap proses, menjadi angin yang menenangkan ketika lelah datang, dan menjadi alasan saya terus melangkah hingga skripsi ini terwujud. Semoga persembahan kecil ini menjadi jejak kasih dan ketulusan yang terpatri dalam setiap halaman. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Allah SWT, saya panjatkan segala puji dan syukur atas segala rahmat dan kemudahan yang telah diberikan. Hanya dengan pertolongan-Nya saya mampu melalui setiap proses hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Semoga setiap langkah dan usaha ini membawa keberkahan serta menjadi amal yang bernilai.
2. Untuk Ibu Yuta Riana dan Bapak Mukti Yuwono, orang tua tersayang yang selalu memberikan cinta, doa terbaik, serta dorongan tanpa henti yang menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Abangku, Bimo Haryo Sakti Yuwono, terima kasih atas nasihat dan motivasi yang telah diberikan selama ini. Semoga karya ini menjadi kebanggan kecil untukmu.
4. Untuk Annissa Dhini Aprilia, terima kasih telah menjadi sahabat terbaik yang selalu menjadi tempat bercerita, bahkan untuk hal-hal kecil yang mungkin tak berarti bagi orang lain. Terima kasih atas telinga yang selalu siap mendengar, serta dukungan dan kata-kata baik yang tak pernah luput kau berikan.
5. Kepada dosen pembimbing saya, Mas Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom, yang selalu memberi ruang bagi saya untuk

bertanya, belajar, dan berkembang, terima kasih atas kesabaran serta dedikasi Anda dalam membimbing saya. Masukan-masukan Anda yang penuh ketelitian dan dorongan Anda agar saya terus berproses sangat berarti bagi saya.

6. Kepada Mba Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., Ketua Program Studi Informasi dan Humas juga selaku dosen penguji satu dan Mba Ni Putu Eka Budi Pradnya Wulandari Dewi S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen penguji dua, terima kasih atas kesediaannya untuk meluangkan waktu, memberikan arahan, serta menyampaikan masukan berharga yang telah membantu saya menyelesaikan proses penelitian ini dari tahap seminar proposal hingga sidang akhir.
7. Seluruh tim internal PT. Janani Abadi yang telah memberikan peluang bagi saya untuk belajar langsung melalui proyek nyata. Kepercayaan serta arahan yang diberikan menjadi pengalaman berharga yang memperkaya proses akademik maupun professional saya.
8. Aurea Belva Trixie, terima kasih untuk semua perjalanan yang telah kita bagi bersama sejak di bangku SMP hingga hari ini. Meski empat tahun terakhir sering diwarnai oleh jarak, kamu selalu meluangkan waktu untuk mendengarkan setiap ceritaku. Kehadiranmu tetap menjadi tempat pulang yang menyenangkan. *To many more memories ahead!*
9. Rafey—Ratu dan Fanny, untuk kalian yang telah kebersamai langkahku dalam suka dan duka, terima kasih atas dukungan yang tidak pernah putus dan kebersamaan yang menguatkan. Dua tahun terakhir terasa begitu berarti karena kalian ada di sana. Bersama kalian, hari-hari terasa lebih ringan, dan mungkin tanpa keberanian yang kalian tanamkan, aku tak akan pernah mencicipi indahnyanya berdiri di puncak gunung. HAHA.

10. Fira, Donna, dan Aurel, yang telah mewarnai hari-hari sejak awal perkuliahan dan menjadi tempat kembali dalam segala suasana. Terima kasih atas kesetiaan, kekuatan, dan kebersamaan yang tidak pernah berkurang. Meski hidup terus membawa kita pada pertemuan dan perpisahan, aku berharap kalian akan tetap berada di lingkaran hidupku.
11. Allysa, Eirene, dan Aliya, terima kasih telah mewarnai hari-hariku di kelas dengan tawa, cerita, dan kebersamaan yang selalu menyenangkan. Semoga kita dapat segera berkumpul lagi dan merayakan setiap pencapaian berikutnya bersama. *See you guys on top!*
12. Untukmu, I Gede Diva Aditya Krishna Putra, yang tak pernah lelah memberi semangat, terima kasih atas dukungan, perhatian, dan kesabaran yang selalu mengiringi perjuangan ini. Kehangatanmu menjadi penguat di hari-hari paling sulit. Semoga kita terus saling menguatkan ke mana pun hidup membawa kita.
13. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas peran, bantuan, dan kehadirannya yang turut memberi makna dalam perjalanan pendidikan penulis.
14. *Last but not least*, terima kasih untuk diriku sendiri, yang telah bertahan melalui proses panjang penuh lelah, ragu, dan air mata. Terima kasih karena tidak menyerah, bahkan ketika jalan terasa berat. Semoga langkah ini menjadi pengingat bahwa aku mampu melewati apa pun yang pernah kutakuti.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan.....	10
1.4. Manfaat.....	11
1.5. Luaran.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1. Kajian Karya Terdahulu.....	13
2.2. Landasan Teori.....	16
2.2.1. Public Relations.....	16
2.2.2. Media Public Relations.....	17
2.2.3. Brand Awareness.....	18
2.2.4. Marketing Mix.....	20
2.2.5. Awareness-Trial-Reinforcement (ATR).....	22
2.2.6. Merchandise.....	23
2.2.7. Desain Grafis.....	25
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	28
3.1. Klien Penciptaan Karya.....	28

3.2.	Profil PT. Janani Abadi	28
3.3.	Segmentasi	29
3.3.1.	Segmentasi Demografis	29
3.3.2.	Segmentasi Geografis	29
3.3.3.	Segmentasi Psikografis.....	29
3.4.	Metode Pelaksanaan.....	30
3.4.1.	Pra-Produksi	30
3.4.2.	Produksi	32
3.4.3.	Pasca Produksi.....	33
3.5.	Konsep Penciptaan Karya	34
3.5.1.	Tumbler.....	34
3.5.2.	Buku Catatan (Notebook).....	35
3.5.3.	Bolpoin	36
3.5.4.	Luggage Tag	37
3.5.5.	Tote Bag.....	38
3.5.6.	Payung	39
3.5.7.	Mug.....	40
3.6.	Rancangan Karya	41
3.6.1.	Tumbler.....	44
3.6.2.	Notebook (Buku Catatan).....	45
3.6.3.	Bolpoin	47
3.6.4.	Luggage Tag	48
3.6.5.	Tote Bag.....	49
3.6.6.	Payung	50
3.6.7.	Mug.....	51
3.7.	Tata Cara Pembuatan.....	52
3.8.	Proses Pengujian	52
3.9.	Timeline Pelaksanaan.....	53
3.10.	Rancangan Anggaran Dana	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1.	Gambaran Umum Permasalahan.....	55
4.2.	Analisis Tahap Pra-Produksi	56
4.3.	Analisa Tahap Produksi.....	59
4.4.	Analisa Tahap Pasca Produksi.....	65
4.4.1.	Hasil Rancangan Desain Tumbler	65
4.4.2.	Hasil Rancangan Desain Buku Catatan	67

4.4.3.	Hasil Rancangan Desain Bolpoin	69
4.4.4.	Hasil Rancangan Desain Luggage Tag	70
4.4.5.	Hasil Rancangan Desain Tote Bag	72
4.4.6.	Hasil Rancangan Desain Payung	73
4.4.7.	Hasil Rancangan Desain Mug	75
4.5.	Tinjauan Klien dan Target Audiens	76
4.6.	Hambatan Produksi	83
BAB V PENUTUP		85
5.1.	Kesimpulan	85
5.2.	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN		91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perusahaan Tempat Responden Bekerja	5
Gambar 1.2 Data Tingkat Brand Awareness Terhadap PT. Janani Abadi	6
Gambar 1.3 Data Seberapa Besar Pengaruh Merchandise Dalam Meningkatkan Kesadaran Perusahaan	7
Gambar 1.4 Data Persepsi Responden Terhadap Paparan Logo Suatu Perusahaan	8
Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek	19
Gambar 2.2 Tahapan Proses Perancangan Desain Grafis.....	25
Gambar 3.1 Logo PT. Janani Abadi	28
Gambar 3.2 Logo PT. Janani Abadi	42
Gambar 3.3 Palet Warna	42
Gambar 3.4 Font Poppins Medium	43
Gambar 3.5 Rancangan Karya Tumbler.....	44
Gambar 3.6 Rancangan Karya Notebook Tampak Depan.....	45
Gambar 3.7 Rancangan Karya Notebook Tampak Belakang.....	45
Gambar 3.8 Rancangan Karya Bolpoin Tampak Depan	47
Gambar 3.9 Rancangan Karya Bolpoin Tampak Belakang.....	47
Gambar 3.10 Rancangan Karya Luggage Tag.....	48
Gambar 3.11 Rancangan Karya Tote Bag Tampak Depan	49
Gambar 3.12 Rancangan Karya Tote Bag Tampak Belakang	49
Gambar 3.13 Rancangan Karya Payung	50
Gambar 3.14 Rancangan Karya Mug Tampak Depan.....	51
Gambar 3.15 Rancangan Karya Mug Tampak Belakang	51
Gambar 4.1 Sketsa Awal Desain	61
Gambar 4.2 Mempersiapkan Kanvas Kosong.....	62
Gambar 4.3 Pemilihan Elemen-Elemen.....	62
Gambar 4.4 Gambar Desain Final.....	63
Gambar 4.5 Memilih Mock Up.....	64
Gambar 4.6 Hasil Rancangan Pada Mockup Tote Bag	64
Gambar 4.7 Proses Mengunduh Hasil Desain.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Timeline Pelaksanaan Tugas Akhir	53
Tabel 3.2 Rancangan Anggaran Dana	53
Tabel 4.1 Rancangan Anggaran Biaya	59
Tabel 4.2 Perbandingan Hasil Desain Tumbler	67
Tabel 4.3 Perbandingan Hasil Desain Notebook.....	68
Tabel 4.4 Perbandingan Hasil Desain Bolpoin.....	70
Tabel 4.5 Perbandingan Hasil Desain Luggage Tag.....	71
Tabel 4.6 Perbandingan Hasil Desain Tote bag.....	73
Tabel 4.7 Perbandingan Hasil Desain Payung	74
Tabel 4.8 Perbandingan Hasil Desain Mug.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Dokumentasi Pelaksanaan Produksi	91
Lampiran 1.2 Sertifikat VELT	93
Lampiran 1.3 Surat Penciptaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	94
Lampiran 1.4 Hasil Cek Plagiarisme melalui Turnitin.....	95

ABSTRAK

PT. Janani Abadi menghadapi rendahnya tingkat *brand awareness* akibat penerapan strategi promosi konvensional yang belum optimal, seperti ketergantungan pada promosi dari mulut ke mulut serta keterbatasan pemanfaatan media komunikasi modern. Kondisi ini berdampak pada minimnya eksposur publik dan melemahnya daya saing perusahaan di tengah persaingan industri logistik yang semakin ketat. Oleh karena itu, perancangan *merchandise kit* dilakukan sebagai media komunikasi visual alternatif yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas merek dan memperkuat identitas perusahaan. Metode perancangan yang digunakan terdiri atas tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi meliputi pengumpulan data melalui studi literatur, observasi, serta analisis kebutuhan dan karakteristik perusahaan sebagai dasar perumusan konsep desain. Tahap produksi mencakup pengembangan konsep visual, perancangan desain, pemilihan material, serta pembuatan prototipe *merchandise*. Tahap pasca-produksi dilakukan melalui evaluasi desain yang melibatkan pihak internal perusahaan dan survei kepada publik. Hasil perancangan menunjukkan bahwa *merchandise kit* yang terdiri dari tujuh item, yaitu tumbler, *notebook*, *bolpoin*, *tote bag*, *mug*, *luggage tag*, dan payung, mampu merepresentasikan karakter profesional serta nilai-nilai PT. Janani Abadi secara konsisten melalui penerapan elemen visual perusahaan. Evaluasi internal bersama Direktur Utama PT. Janani Abadi serta survei publik terhadap 85 responden menunjukkan bahwa desain *merchandise* dinilai menarik, relevan dengan identitas perusahaan, dan berpotensi meningkatkan *brand awareness* secara signifikan. Secara keseluruhan, perancangan *merchandise kit* ini terbukti efektif sebagai media komunikasi visual dalam memperkuat citra dan meningkatkan kesadaran merek PT. Janani Abadi.

Kata Kunci: *Merchandise Kit*, *Brand Awareness*, Komunikasi Visual, Identitas Merek, PT. Janani Abadi

ABSTRACT

PT. Janani Abadi faces a low level of brand awareness due to the suboptimal implementation of conventional promotional strategies, such as reliance on word-of-mouth promotion and limited utilization of modern communication media. This condition has resulted in minimal public exposure and weakened the company's competitiveness amid increasingly intense competition within the logistics industry. Therefore, the design of a merchandise kit was undertaken as an alternative visual communication medium aimed at enhancing brand visibility and strengthening the company's identity. The design method employed consists of three stages: pre-production, production, and post-production. The pre-production stage involves data collection through literature studies, observation, and analysis of the company's needs and characteristics as the basis for formulating the design concept. The production stage includes the development of visual concepts, design execution, material selection, and the creation of merchandise prototypes. The post-production stage is carried out through design evaluation involving internal company stakeholders and a public survey. The design results indicate that the merchandise kit, consisting of seven items—tumbler, notebook, pen, tote bag, mug, luggage tag, and umbrella—successfully represents the professional character and core values of PT. Janani Abadi consistently through the application of the company's visual elements. Internal evaluation with the President Director of PT. Janani Abadi, along with a public survey involving 85 respondents, demonstrates that the merchandise designs are considered attractive, aligned with the company's identity, and have significant potential to enhance brand awareness. Overall, this merchandise kit design has proven to be an effective visual communication medium for strengthening the company's image and increasing brand awareness for PT. Janani Abadi.

Keyword: *Merchandise Kit, Brand Awareness, Visual Communication, Brand Identity, PT. Janani Abadi*