

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif dan Ilmu Komunikasi merupakan dua bidang yang saling terkait dan saling mempengaruhi, khususnya pada perkembangan budaya visual dan kreativitas di tengah era digitalisasi saat ini. Ilmu Komunikasi mempelajari berbagai aspek komunikasi, termasuk bagaimana sebuah pesan dapat disampaikan melalui media yang berbeda. Salah satunya adalah melalui media visual seperti, gambar, desain, maupun elemen visual lainnya. Dalam konteks industri kreatif, komunikasi visual menjadi salah satu dasar dalam proses kreatif itu sendiri. Ilmu komunikasi juga memperkuat fondasi tentang bagaimana menciptakan produk-produk kreatif yang menarik dan bernilai. Kolaborasi antara kedua bidang tersebut membawa potensi dalam perancangan dan produksi *Merchandise*, sebagai hasil dari proses kreatif.

Merchandise merupakan hasil karya desain komunikasi visual yang digunakan sebagai salah satu media branding untuk mempertahankan dan memperkuat sebuah perusahaan atau brand.¹ *Merchandise* atau sering disebut cendera mata juga banyak diproduksi oleh lembaga perguruan tinggi dengan desain menampilkan logo, nama, atau identitas visual perguruan tinggi tersebut. *Merchandise* perguruan tinggi mencakup berbagai jenis barang, mulai dari produk-produk kecil hingga besar yang biasa digunakan sehari-sehari seperti aksesoris, produk fashion, alat tulis, dan barang lainnya yang secara khusus

¹ Pahira, Gina dkk. (2022). Perancangan Desain *Merchandise* Menggunakan Metode Kreatif sebagai Promosi Brand Produk (Studi Kasus : Gifa Group). JURNAL DIGIT. 12, 103-114.

dibuat untuk mempromosikan dan mewakili institusi pendidikan tersebut. *Merchandise* perguruan tinggi sering kali dibagikan pada acara kampus maupun campus fair untuk mempromosikan masing-masing fakultas kepada calon mahasiswa baru. Salah satu contohnya adalah pembukaan *booth* UNAIR Store di acara Airlangga Education Expo (AEE) 2024 pada bulan Februari 2024.² UNAIR sudah memiliki *merchandise* store sendiri (Instagram @unair.store) dan membuka booth pada acara kampus tersebut untuk mempromosikan dan menjual *merchandise* mereka. Beberapa *merchandise* yang dijual adalah pin, stiker, lanyard, pulpen, kaos, tumbler, gantungan kunci, dll.



Gambar 1.1 *Merchandise* Jakun Package UI Open Days

Sumber: https://www.instagram.com/p/CsGYBETHG2t/?utm_source=ig_web_copy_link diakses tanggal 24 Juni 2024

Selain itu, ada pula Universitas Indonesia (UI) yang menyelenggarakan acara UI Open Days pada bulan April 2024 yang mana acara tersebut ditujukan untuk memperkenalkan kampus kepada calon mahasiswa dan masyarakat

² Eduexpo UNAIR. (2024). *Airlangga Education Expo 2024*. Diakses pada tanggal 23 Juni 2024 dari <https://eduexpo.unair.ac.id/>

umum.³ Mereka mengeluarkan beberapa *merchandise kit*, salah satunya seperti pada Gambar 1.1 yang berisikan totebag, lanyard, notes, stiker, dan kipas. Banyak perguruan tinggi juga yang sudah memperjualbelikan *merchandise* mereka yang tersedia pada *official merchandise store* di masing-masing kampus. *Merchandise* tersebut biasanya menampilkan katalog produk melalui website resmi atau disebarakan melalui media sosial. Salah satu contohnya adalah Universitas Diponegoro (UNDIP) yang meluncurkan secara resmi *official merchandise store* pertama pada Februari 2024 lalu.⁴ Beberapa *merchandise* yang dijual di sana adalah kaos, lanyard, stiker, tumbler, keychain, varsity jaket, dan masih banyak lagi serta dapat dilihat di Instagram mereka @undipmerchandise.



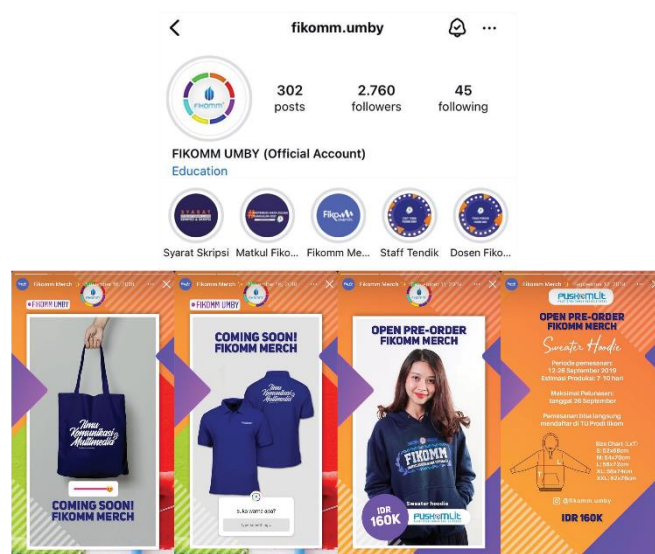
Gambar 1.2 Starter Pack ke Kampus UNDIP Merchandise
Sumber: Instagram undipmerchandise diakses tanggal 24 Juni 2024

Ada pula promosi starter pack mereka pada Gambar 1.2 yaitu polo shirt, topi, dan tumbler untuk laki-laki serta totebag, tumbler, dan payung untuk wanita. Berdasarkan hasil observasi melalui Instagram resmi *merchandise store*

³ UI Corpora & Lontara. (2024). *UI Open Days*. Diakses pada 24 Juni 2024 dari <https://www.uiopod.id/merchant/22102>

⁴ Universitas Diponegoro. (2024). *Pertama! Undip Luncurkan Official Merchandise Store*. Diakses pada 24 Juni 2024 dari <https://www.undip.ac.id/post/33742/pertama-undip-luncurkan-official-merchandise-store.html>

dari UI (uistore_id), UNAIR (unair.store), UNDIP (undipmerchandise), UGM (gamashirt), UNS (unsmerch), dan UB (ubmerch,id), beberapa produk yang populer untuk dijadikan *merchandise* adalah kaos, tumbler, totebag, stiker, dan gantungan kunci. Dengan itu, banyaknya orang yang memakai *Merchandise* setiap harinya, akan meningkatkan brand awareness perguruan tinggi tersebut. Lebih banyak orang yang menjadi familiar dengan logo, warna, ataupun slogan, sehingga bisa langsung mengetahui dari mana itu berasal.



Gambar 1.3 Fikomm Merch *Instagram Highlights*
Sumber: Instagram fikomm.umby diakses pada tanggal 18 November 2024

Seperti pada fakultas maupun kampus lainnya, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia (Fikomm) Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY) juga pernah meluncurkan beberapa *merchandise*. Pada profil Instagram resmi Fikomm UMBY, terdapat *highlights story* yang berjudul “Fikomm Merch”. Pada *highlights* tersebut terdapat informasi produk dan pemesanan produk yang dijual. Produk-produk tersebut di antaranya adalah *totebag*, *polo shirt*, dan *hoodie*. Namun *highlights story* tersebut diunggah pada tahun 2018 sampai

2019 saja dan hingga kini belum ada informasi lebih lanjut mengenai kelanjutan produksi maupun penjualan *merchandise*.

Pada perayaan Dies Natalis yang ke-15 di tanggal 15 Desember 2023, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia (Fikomm) Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY) meluncurkan tiga program baru. Salah satu dari tiga program tersebut adalah *Fikomm Creative Hub*.⁵ Pusat kreatif yang diluncurkan oleh Fikomm UMBY akan dijadikan sebuah wadah bagi mahasiswa, dosen, maupun komunitas kreatif untuk menciptakan perubahan melalui ide-ide yang inovatif. *Fikomm Creative Hub* juga menyediakan ruang inspirasi dan kolaborasi dalam aktivitas kreatif.

Creative Hub atau pusat kreatif merupakan sebuah tempat yang mampu menampung aktivitas dari beberapa jenis komunitas kreatif. *Creative Hub* dapat berbentuk sebuah tempat yang menyediakan ruang-ruang serta fasilitas untuk mendukung aktivitas para pelaku kreatif. Selain itu, *creative hub* juga dapat berbentuk non fisik seperti *Creative Hub* digital.⁶ *Creative Hub* digital mampu mendukung pertumbuhan dalam industri kreatif serta memperluas jaringan antara satu komunitas kreatif dengan lainnya untuk melakukan kolaborasi dalam sebuah platform online. Platform tersebut juga memungkinkan pelaku kreatif atau kreator untuk menampilkan karya-karya mereka dengan jangkauan audiens yang lebih luas.

⁵ Dian. F. D.F. (2023). Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Diakses pada 12 Maret 2024, dari <https://www.mercubuana-yogya.ac.id/news/fikomm-umby-rayakan-dies-natalis-ke-15-luncurkan-3-program-baru-1.html>

⁶ Setiasari, Hana dan Rahma Purisari. (2021). Analisis Desain Arsitektur dalam Membentuk Sense of Place. Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial. 713-719.

Dengan adanya program baru *Fikomm Creative Hub* di Fikomm UMBY, terdapat peluang terkait perancangan dan produksi *Merchandise* untuk mendukung keberhasilan dan keberlanjutan pusat kreatif tersebut serta melanjutkan pembuatan *merchandise* FIKOMM yang sebelumnya pernah ada. Perancangan dan produksi *Merchandise* dapat digunakan untuk memperkuat identitas Fikomm itu sendiri dan membangun kesadaran akan keberadaanya baik di antara anggota fakultas maupun masyarakat luas. *Merchandise* dapat menjadi sebuah produk yang mencerminkan nilai-nilai, visi dan misi, serta semangat dari Fikomm UMBY. Selain itu, perancangan dan produksi *Merchandise Fikomm Creative Hub* dapat memberikan rasa saling terhubung antara anggota fakultas termasuk dosen, staff, mahasiswa, dan alumni. *Merchandise* dengan logo atau desain khusus dari *Fikomm Creative Hub* membuatnya lebih terpersonalisasi sehingga menjadi sebuah cara dalam mengekspresikan keterikatan dan keterlibatan terhadap komunitas fakultas.

Perancangan dan produksi *Merchandise* untuk *Fikomm Creative Hub* dapat menjadi awalan dalam memulai program ini serta melanjutkan produksi *merchandise* yang sebelumnya sudah ada di FIKOMM. Desain *Merchandise* yang menarik dapat menjadi inspirasi bagi anggota fakultas lainnya untuk ikut berinovasi dan mengembangkan ide-ide baru untuk *creative hub* ini. Contoh nyata produk kreatif *Merchandise* ini dapat memberikan semangat untuk menerapkan kreativitas mereka dalam menciptakan produk-produk yang berbeda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dibahas pada penelitian ini adalah “Bagaimana perancangan dan produksi *Merchandise Fikomm Creative Hub* Universitas Mercu Buana Yogyakarta?”

1.3 Tujuan Skripsi Aplikatif

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini memiliki tujuan ingin mengetahui sebagai berikut:

- a. Membuat perancangan *Merchandise Fikomm Creative Hub* Universitas Mercu Buana Yogyakarta sebagai media promosi.
- b. Memproduksi *Merchandise Fikomm Creative Hub* Universitas Mercu Buana Yogyakarta sebagai media promosi.

1.4 Manfaat Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang dikaji dan diteliti, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat akademis dan praktis sebagai berikut

1.4.1 Manfaat Akademis

- a. Meningkatkan kreativitas dan mengembangkan keilmuan dalam bidang Desain Komunikasi visual terutama dalam hal perancangan dan produksi *Merchandise*.
- b. Menambah wawasan dan pengetahuan berupa ide-ide kreatif dalam perancangan dan produksi *Merchandise Fikomm Creative Hub* Universitas Mercu Buana Yogyakarta sebagai media promosi.

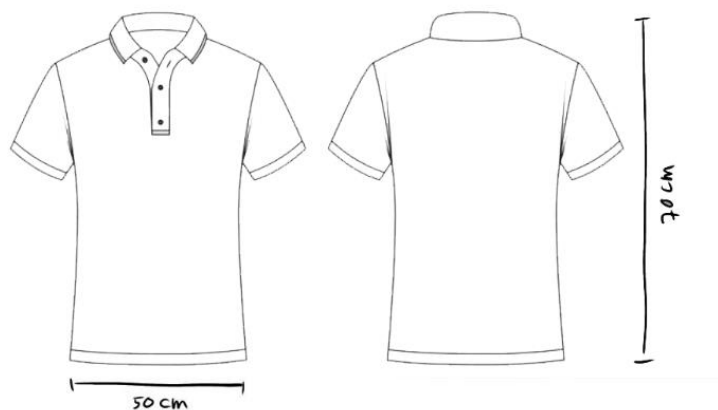
1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Menggunakan karya ini sebagai salah satu produk kreatif *Fikomm Creative Hub*.
- b. Menginspirasi komunitas dan industri kreatif untuk mengembangkan ide-ide serta menciptakan produk baru di *Fikomm Creative Hub*.

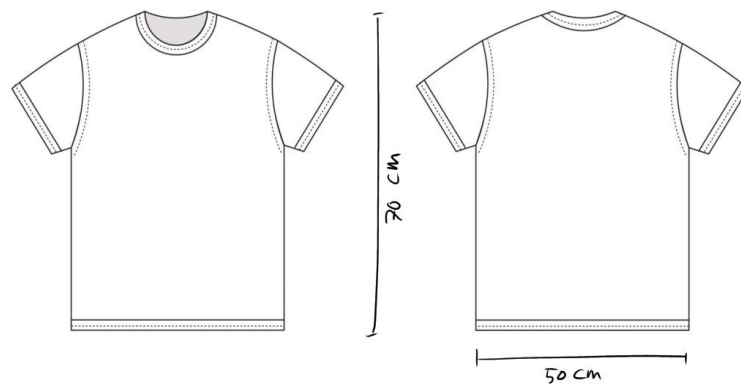
1.5 Sketsa Perancangan

Produk yang akan dirancang sebagai *Merchandise Fikomm Creative Hub* terdiri dari 21 barang yang dipilih berdasarkan kategori tertentu, yaitu barang yang ada dalam *merchandise kit* atau *goodie bag*, barang *essentials* yang dibutuhkan dan dibawa sehari-hari, barang yang dapat dikenakan sebagai identitas kampus, serta barang printilan yang disukai kalangan muda. Sketsa desain dalam perancangan *merchandise Fikomm Creative Hub* adalah sebagai berikut.

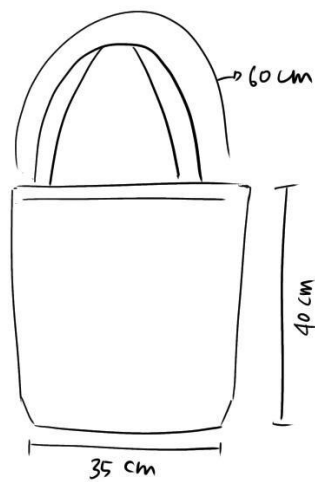
1.5.1 Sketsa Desain Merchandise



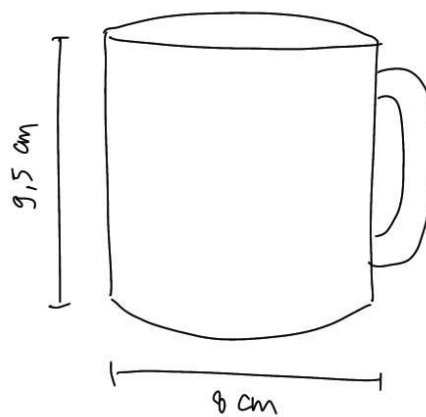
Gambar 1.4 Sketsa Desain Merchandise (Polo Shirt)
Sumber: Dokumen Pribadi



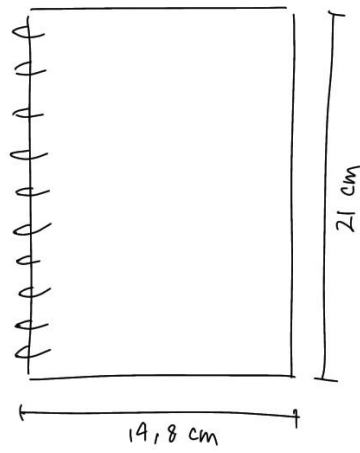
Gambar 1.5 Sketsa Desain *Merchandise* (Kaos)
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 1.6 Sketsa Desain *Merchandise* (Totebag)
Sumber: Dokumen Pribadi



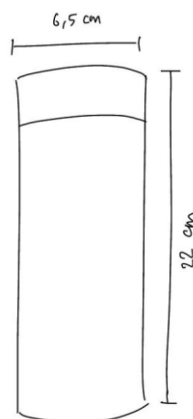
Gambar 1.7 Sketsa Desain *Merchandise* (Mug)
Sumber: Dokumen Pribadi



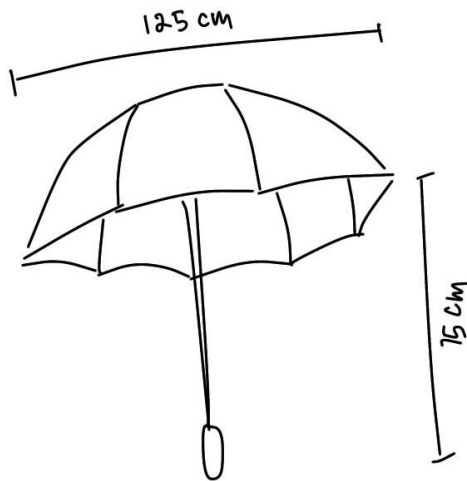
Gambar 1.8 Sketsa Desain *Merchandise* (Notebook)
Sumber: Dokumen Pribadi



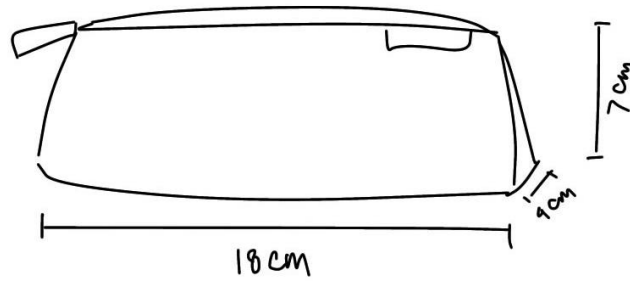
Gambar 1.9 Sketsa Desain *Merchandise* (Lanyard)
Sumber: Dokumen Pribadi



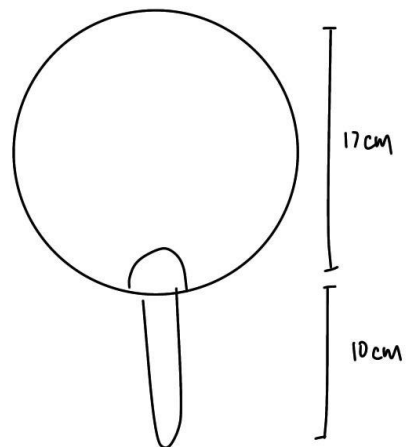
Gambar 1.10 Sketsa Desain *Merchandise* (Tumbler)
Sumber: Dokumen Pribadi



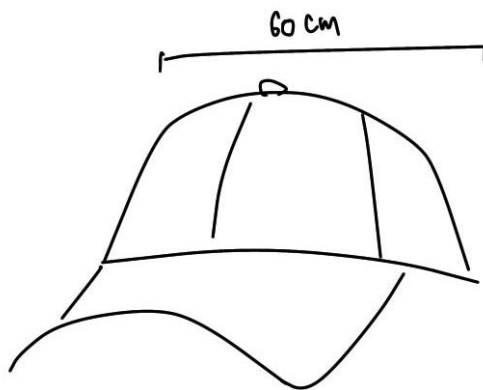
Gambar 1.11 Sketsa Desain *Merchandise* (Payung)
Sumber: Dokumen Pribadi



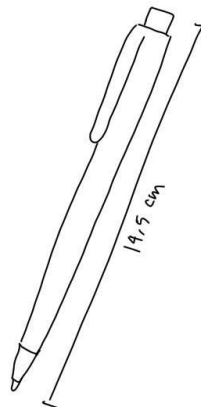
Gambar 1.12 Sketsa Desain *Merchandise* (Pencil pouch)
Sumber: Dokumen Pribadi



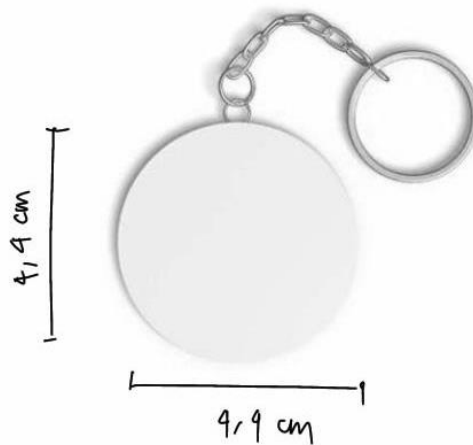
Gambar 1.13 Sketsa Desain *Merchandise* (Kipas)
Sumber: Dokumen Pribadi



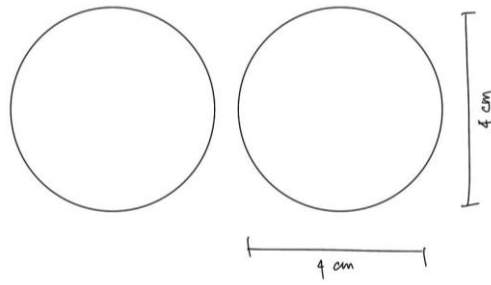
Gambar 1.14 Sketsa Desain *Merchandise* (Topi)
Sumber: Dokumen Pribadi



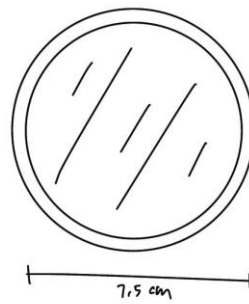
Gambar 1.15 Sketsa Desain *Merchandise* (Pulpen)
Sumber: Dokumen Pribadi



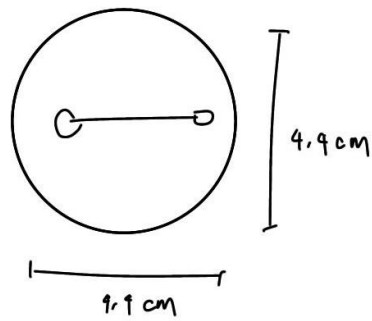
Gambar 1.16 Sketsa Desain *Merchandise* (Keyring)
Sumber: Dokumen Pribadi



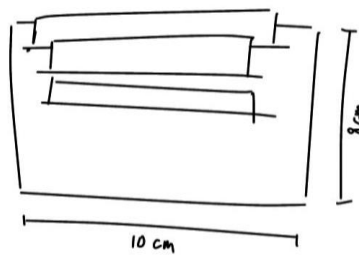
Gambar 1.17 Sketsa Desain *Merchandise* (Stiker)
Sumber: Dokumen Pribadi



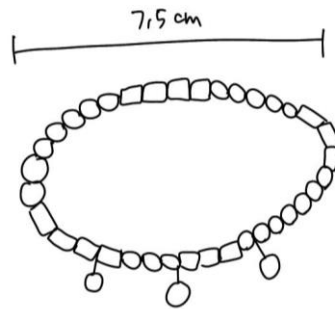
Gambar 1.18 Sketsa Desain *Merchandise* (Pin)
Sumber: Dokumen Pribadi



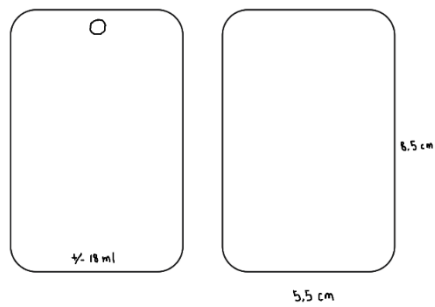
Gambar 1.19 Sketsa Desain *Merchandise* (Cermin travel)
Sumber: Dokumen Pribadi



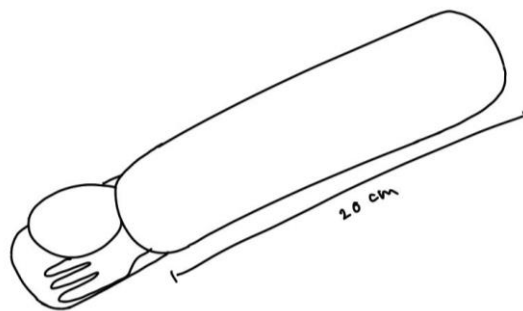
Gambar 1.20 Sketsa Desain *Merchandise* (Card holder)
Sumber: Dokumen Pribadi



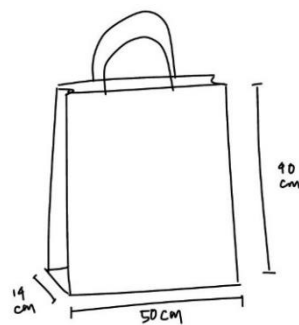
Gambar 1.21 Sketsa Desain *Merchandise* (Gelang beads)
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 1.22 Sketsa Desain *Merchandise* (Hand-Sanitizer Spray)
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 1.23 Sketsa Desain *Merchandise* (Alat makan)
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 1.24 Sketsa Desain *Merchandise* (Paperbag)
Sumber: Dokumen Pribadi