

Media Merchandise Sebagai Penunjang Promosi Pada SMP Putra Bangsa Kota Tangerang

Lusyani Sunarya*¹, Mintauli Debatara², Muhamad Faidlillah Kamal³

^{1,3}Jurusan Teknik Informatika, ²Jurusan Akuntansi Universitas Raharja Tangerang
E-mail: *lusyani@raharja.info, dbtrj.mintauly@gmail.com, faidlillah@raharja.info

Abstrak

Penggunaan media desain grafis semakin meluas dan salah satu bidang yang terpengaruh adalah kebutuhan promosi. SMP Putra Bangsa Kota Tangerang merupakan bagian dari Yayasan Islam Babussalam Kota Tangerang yang termasuk dalam tahap pengembangan dan memiliki media promosi yang kurang efektif karena hanya mengandalkan media cetak berbentuk brosur, hal ini tentu mempengaruhi angka calon siswa pendaftar yang terbilang belum maksimal, untuk menyelesaikan permasalahan ini dibutuhkan media promosi yang lebih baik dalam bentuk merchandise yang terdiri dari beberapa produk seperti gantungan kunci, jam dinding, mug, payung, pin, stiker & tote bag. Penelitian ini bertujuan untuk menunjang kegiatan promosi melalui kunjungan ke sekolah-sekolah SD relasi, serta untuk menunjang berbagai event sekolah lainnya, sehingga dapat lebih menarik minat calon pendaftar dan meningkatkan jumlah pendaftaran siswa baru. Metode penelitiannya menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara, studi pustaka, analisa perancangan media menggunakan software adobe photoshop dan konsep desain yang meliputi layout kasar, komprehensif dan final artwork. Melalui media promosi berupa merchandise yang dirancang, diharapkan dapat membantu sekolah dalam kegiatan promosinya dalam upaya menarik minat calon siswa/i baru dan dapat meningkatkan jumlah pendaftaran siswa mendatang.

Kata Kunci — Merchandise, Media Promosi, Desain Promosi.

Abstract

The use of graphic design media is increasingly widespread and one of the fields required is the need for promotion. Putra Putra Tangerang City Tangerang City is part of the Babussalam Islamic Foundation in Tangerang City which is included in the field of development and has a less effective promotional media using only compilation print media, this of course affects the number of prospective students Better media promotion is needed in the form of merchandise consisting from some products such as key chains, wall clocks, mugs, umbrellas, pins, stickers & tote bags. This research aims to support promotional activities through visits to elementary school relations, as well as to support various other school events, so as to attract more prospective registrants and increase the number of new student registrations. The research method uses data collection methods through interviews, literature studies, analysis of media design using Adobe Photoshop software and design concepts that contain rough layout, renew and final artwork. Through promotional media involving merchandise that are designed, it is hoped that it can help the school in its promotional activities in an effort to attract new student candidates and increase the number of future student registrations.

Keywords — Merchandise, Media Promotion, Design Promotion.

1. PENDAHULUAN

Promosi merupakan tindakan menginformasikan atau meningkatkan konsumen tentang spesifikasi produk atau merek. Promosi mempunyai kekuatan untuk menyampaikan pesan, dan diperlukan perancangan khusus agar promosi tersebut memiliki *visual* yang kuat dan menciptakan keserasian didalam rangkaian pemasaran, karena promosi adalah berkaitan langsung dalam upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan memikat hati mereka melalui pemberian kesan - kesan baik, yang mampu diingat dan dirasakan oleh konsumen^[1].

SMP Putra Bangsa Kota Tangerang merupakan bagian dari Yayasan Islami Babussalam Kota Tangerang yang berlokasi di Jl. Benteng Betawi, Tanah Tinggi, Kota Tangerang. Sebagai sekolah yang masih dalam tahap perkembangan, sekolah tersebut masih sangat membutuhkan sarana informasi dan promosi yang efektif, guna menjangkau calon siswa/i sebanyak mungkin.

Merchandise adalah media pengingat bagi *audiens* yang memiliki manfaat dan dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari^[2]. Berdasarkan kebutuhan promosi dan informasi sekolah, perlu dikembangkan media promosi berbentuk *merchandise*, karena promosi yang ada pada SMP Putra Bangsa Kota Tangerang hanyalah melalui media brosur saja, yang di nilai masih sederhana, serta kurang menunjang kegiatan promosi sekolah untuk lebih menarik minat calon pendaftar.

Informasi adalah hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya untuk pengambilan keputusan^[3]. Informasi mengenai sekolah dinilai sangat penting, agar masyarakat dapat lebih mengenal sekolah tersebut dan tertarik untuk bergabung. *Merchandise* ini dibuat dengan tujuan menunjang kegiatan promosi melalui kunjungan ke sekolah-sekolah SD relasi, serta untuk menunjang berbagai *event* sekolah lainnya, sehingga dapat lebih menarik minat calon pendaftar dan meningkatkan jumlah pendaftaran siswa baru SMP Putra Bangsa.

Produk yang digunakan dalam kegiatan promosi ini adalah gantungan kunci, jam dinding, mug, payung, pin, *sticker & tote bag*. Salah satu produk ini akan diberikan pada saat kegiatan promosi ke sekolah - sekolah relasi, menunjang berbagai *event* sekolah serta sebagai media promosi yang diberikan kepada siswa pendaftar baru sebagai kenang-kenangan. Pembuatan desain *merchandise* ini menggunakan *software Adobe Photoshop CS6* yang dirancang dengan desain yang *simple*, sesuai identitas sekolah dan menarik.

Melalui media *merchandise* ini, diharapkan dapat membantu sekolah dalam kegiatan promosi serta menarik minat calon pendaftar, dan memberi pengaruh kenaikan angka siswa pendaftar pada SMP Putra Bangsa Kota Tangerang, sehingga promosi menggunakan media *merchandise* ini mampu mencapai maksud dari pembuatannya.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam pembuatan penelitian ini yang memiliki judul “Media *Merchandise* Sebagai Penunjang Promosi Pada SMP Putra Bangsa Kota Tangerang” adalah : (1) Metode pengumpulan data melalui (a) Observasi dengan melakukan penelitian secara langsung pada SMP Putra Bangsa, (b) Wawancara dengan melakukan tanya jawab pada pihak *stakeholder* yang merupakan *staff marketing* dari SMP Putra Bangsa Kota Tangerang yang bertujuan untuk pengumpulan data dan informasi agar perencanaan promosi ini terlaksana dengan tepat sesuai kondisi yang berlaku. (c) Studi Pustaka, untuk mencari *literature* atau teori-teori yang bersangkutan dengan teori penelitian yang saat ini dilakukan dan menjadikannya sebagai landasan teori melalui sumber yang *valid*. (2) Metode analisa perancangan media dengan menggunakan *software* penunjang *desain* yaitu *Adobe Photoshop CS6* untuk mengubah informasi yang didapat menjadi ide atau gagasan yang memiliki nilai visual yang menarik. (3) Konsep desain melalui *layout* kasar, komprehensif dan *final artwork*.

LITERATURE REVIEW

Berikut adalah *literature review* yang terkait dengan topik penelitian :

Penelitian yang dilakukan oleh Aris, dkk (2017)^[4] berjudul “*Desain Merchandise Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi SD Islam Miftahul Huda*”. Pembuatan media informasi dan promosi yang efektif, efisien seperti desain *Merchandise* sangat dibutuhkan oleh SD Islam Miftahul Huda dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat sekitar agar berhasil mencapai tujuan untuk meningkatkan jumlah pendaftaran siswa pada SD Islam Miftahul Huda setiap tahunnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Sunarya, dkk (2017)^[5] berjudul “*Desain Merchandise pada The Batu Hotel & Villas*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengupdate media informasi dan promosi yang dinilai terlalu sederhana. Penelitian ini juga dibuat untuk mendukung program promosi Hotel yang diharapkan bisa memberi kesan baik kepada konsumen yang telah menginap di hotel ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani, dkk (2018)^[6] berjudul “*Preliminary Design pada Perancangan Merchandise Resmi Untuk Revenue Generated ITS Sebagai PTNBH*”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk pengembangan produk *Merchandise* resmi milik Institut Teknologi Sepuluh November (ITS) yang dinilai sangat *urgent*. Produk yang dihasilkan antara lain adalah *Tshirt, Hoodie, Sweater, Tas Limited, Mug, Blazer dan Blocknote*.

Penelitian yang dilakukan oleh Didit Prasetyo Nugroho (2018)^[7] berjudul “*Perancangan Corporate Identity Sebagai Media Promosi untuk Museum Panji*”. Museum Panji belum memiliki media visual sebagai bahan promosi, maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan desain *Corporate Identity* serta media informasi dan promosi yang efektif dan efisien seperti logo, katalog museum, poster, *booklet* dan *Merchandise*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Konsep Perancangan

Perancangan media merchandise ini memiliki beberapa konsep perencanaan, yaitu:

3.1.1 Perencanaan Media

Untuk menarik minat dan kesan masyarakat sekitar melalui desain *merchandise* sebagai media penunjang promosi pada SMP Putra Bangsa Kota Tangerang untuk meningkatkan jumlah pendaftaran siswa, berbentuk desain komunikasi visual yang diterapkan sebagai media cetak yang diimplementasikan kedalam media *merchandise* yang didalamnya terdapat unsur visualisasi logo, warna, elemen desain, dan *typography* yang sesuai dengan karakter SMP Putra Bangsa Kota Tangerang, sehingga terlihat menarik secara visual.

3.1.2. Perencanaan Pesan (Konsep Kreatif)

Konsep kreatif dalam pembuatan penelitian ini diimplementasikan ke dalam media promosi berdasarkan informasi yang diperoleh dari SMP Putra Bangsa Kota Tangerang yang bernuansa alami, kemudian konsep tersebut diolah menjadi suatu rancangan yang menarik dan diterapkan pada setiap media sesuai dengan kebutuhan. Dalam setiap media merchandise, unsur warna, garis, dan tulisan harus memberikan kesan balance pada perancangan ini terdapat logo symbol dan *logotype* berupa *typography*, agar menarik secara *Visual*.

3.1.3. Perencanaan Visual

Dalam membuat desain diperlukan nuansa baru, ide kreatif, serta bentuk visual yang dibuat secara menarik dan dinamis dengan perpaduan unsur warna yang sesuai dengan identitas SMP Putra Bangsa Kota Tangerang. Beberapa elemen desain dikombinasikan dengan warna-warna yang cerah dan lembut, *typography* dan logo sehingga menjadi kesatuan yang sempurna.

3.2. Tujuan Kreatif Desain Media Komunikasi Visual

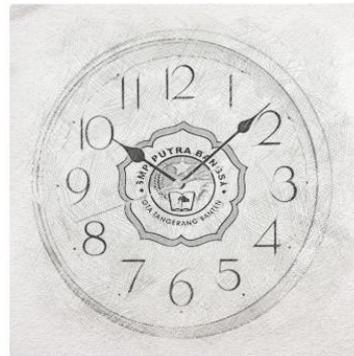
Tujuan kreatif dalam pembuatan desain Merchandise pada SMP Putra Bangsa Kota Tangerang adalah untuk meningkatkan pendaftaran calon siswa dan memberikan kesan yang positif pada masyarakat sekitar sehingga mampu menaikkan citra SMP Putra Bangsa Kota Tangerang.

3.3. *Layout* Kasar

Layout kasar adalah kumpulan sketsa berupa ide gagasan yang dibuat untuk sebuah desain media. Tahap sebelum membuat *Layout* Komprehensif dan mencapai tahap *Final Artwork* adalah membuat sketsa *layout* kasar dalam bentuk coretan – coretan atau sketsa dan umumnya dibuat dengan warna hitam putih menggunakan pensil gambar. Dalam perancangan media berbentuk desain grafis, peran *Layout* kasar sangat diperlukan sebagai panduan ketika memasuki tahap proses desain menggunakan *software* komputer.

Berikut adalah *Layout* kasar yang dibuat :

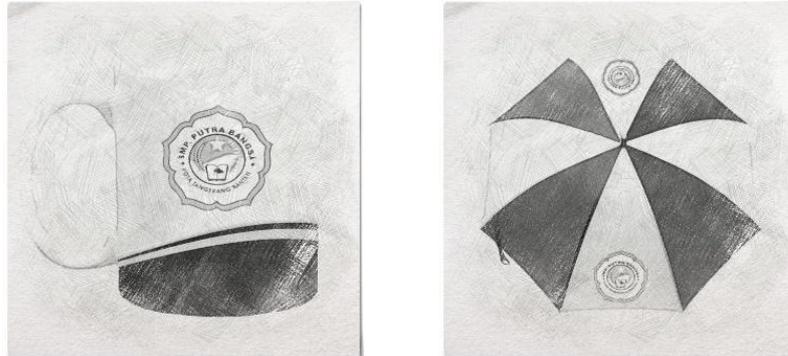
- Gantungan Kunci dan Jam dinding



Gambar 1 dan 2. *Layout* Kasar Gantungan Kunci dan Jam dinding

Pada gambar 1 Gantungan kunci dengan ukuran 3 x 5 cm dengan bahan Akrilik, sedangkan Pada gambar 2 jam dinding menggunakan material *metal* dan *case* serta menggunakan *plastic painted* dengan ukuran diameter 30 cm.

- Mug dan Payung



Gambar 3 dan 4. *Layout Kasar Mug dan Payung*

Pada gambar 3 Mug menggunakan material keramik dan memiliki berat 400 g, sedangkan pada gambar 4 Payung berdiameter 21 *Inchi* (53,34 cm) dengan bahan *parasol fiberglass*.

- Pin dan Stiker



Gambar 5 dan 6. *Layout Kasar Pin dan Stiker*

Pada gambar 5 Pin berdiameter 7,5 cm menggunakan material *talent*, sedangkan pada gambar 7 *Stiker* berdiameter 7 cm menggunakan material *chromo*.

- *Tote bag*

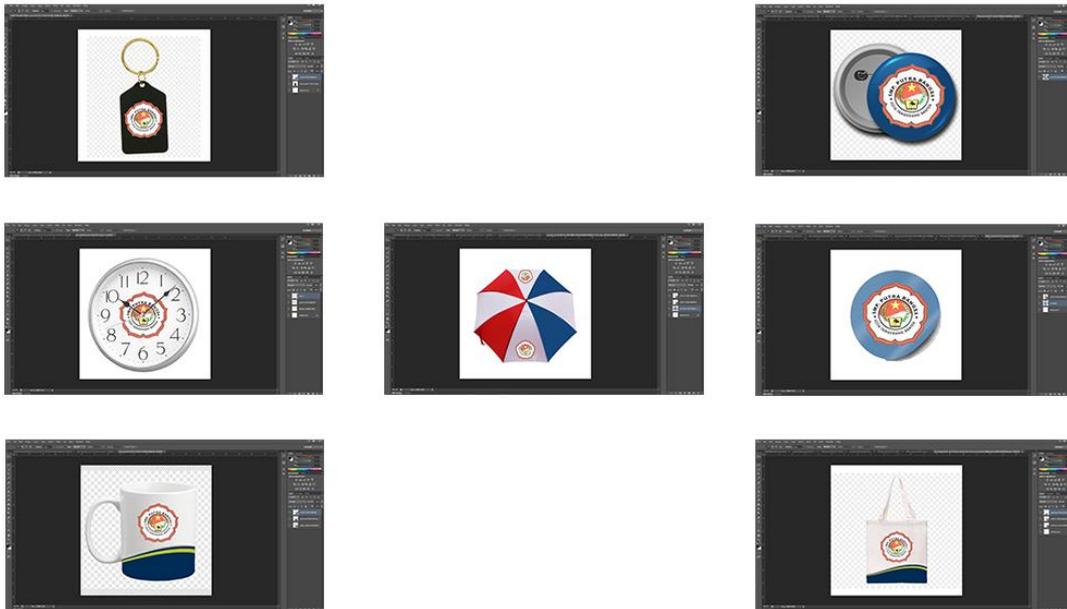


Gambar 7. *Layout Kasar Tote bag*

Pada gambar 7 menggambarkan *layout kasar tote bag* yang berukuran 30 x 40 cm menggunakan bahan *blacu super*.

3.4. *Layout* Komprehensif

Layout Komprehensif adalah proses desain yang sudah memasuki tahap komputerisasi dan pewarnaan, namun tahap ini belum selesai seutuhnya, karena masih harus mengalami proses revisi^[8]. Desain yang dirancang pada *layout* komprehensif ini menggunakan aplikasi penunjang desain grafis dengan *software adobe photoshop*. Berikut adalah *Layout* komprehensif yang dibuat :



Gambar 8. *Layout* Komprehensif *Merchandise*

Pada gambar 8 menggambarkan *layout* komprehensif media *merchandise* yang digunakan sebagai media promosi dan informasi pada SMP Putra Bangsa Kota Tangerang.

3.5. *Final Artwork*

Final Artwork adalah istilah untuk *file-file* desain akhir yang siap untuk dicetak^[9]. *Final Artwork* Memiliki peran penting sebagai tahap akhir menuju proses cetak.

Berikut adalah *Final Artwork* yang merupakan tahapan terakhir dari perancangan desain *merchandise* :

- Gantungan Kunci



Gambar 9. *Final Artwork* Gantungan Kunci

Pada gambar 9 diatas menggambarkan hasil akhir berupa Gantungan Kunci dengan ukuran 3 x 5 cm dengan bahan Akrilik.

- Jam Dinding



Gambar 10. *Final Artwork* Jam Dinding

Pada gambar 10 diatas menggambarkan hasil akhir berupa Jam Dinding dengan menggunakan material *metal* dan *case material* serta menggunakan *plastic painted* dengan ukuran diameter 30 cm.

- Mug



Gambar 11. *Final Artwork* Mug

Pada gambar 11 diatas menggambarkan hasil akhir berupa Mug dengan menggunakan material keramik dan memiliki berat 400 g.

- Payung



Gambar 12. *Final Artwork* Payung

Pada gambar 12 diatas menggambarkan hasil akhir berupa Payung dengan diameter 21 *Inchi* (53,34 cm) dengan bahan *parasol fiberglass*.

- Pin



Gambar 13. *Final Artwork* Pin

Pada gambar 13 diatas menggambarkan hasil akhir berupa Pin dengan diameter 7,5 cm menggunakan material *talent*.

- Stiker



Gambar 14. *Final Artwork* Stiker

Pada gambar 14 diatas menggambarkan hasil akhir berupa Stiker dengan diameter 7 cm menggunakan material *chromo*.

- *Tote bag*



Gambar 15. *Final Artwork* Tote bag

Pada gambar 15 diatas menggambarkan hasil akhir berupa *Tote bag* dengan ukuran 30 x 40 cm menggunakan bahan *blacu super*.

4. KESIMPULAN

Setiap kegiatan promosi memerlukan dukungan media yang mampu menunjang penyampaian informasi serta kebutuhan promosi sesuai dengan permintaan *stakeholder* dan tujuan yang ingin dicapai. SMP Putra Bangsa Kota Tangerang sebagai sekolah yang masih dalam tahap perkembangan, tentu sangat membutuhkan media penyampaian informasi dan promosi yang dapat membantu meningkatkan jumlah pendaftar dan dengan penggunaan media promosi yang tepat juga bisa memberikan citra yang baik dimata masyarakat sekitar. Penggunaan *merchandise* sebagai media penunjang promosi tentu bisa memberikan dampak yang lebih baik dari cara yang dilakukan untuk kegiatan promosi sebelumnya yaitu dengan menggunakan media brosur. Beberapa jenis produk yang dijadikan *merchandise* tentu saja memiliki target sasaran yang berbeda, dengan menggunakan gantungan kunci, jam dinding, mug, payung, pin, stiker & *tote bag* dapat menjangkau berbagai kalangan dimasyarakat dari

mulai anak-anak hingga orang dewasa, sehingga tujuan kegiatan promosi untuk meningkatkan pendaftaran siswa/i baru, serta meningkatkan *image* SMP Putra Bangsa Kota Tangerang bisa berjalan dengan efektif.

5. SARAN

Penulis menyarankan agar SMP Putra Bangsa Kota Tangerang terus berupaya meningkatkan sarana informasi dan promosi, terutama menggunakan media yang lebih bagus dan dapat menjangkau masyarakat lebih luas seperti menggunakan media komunikasi visual, *website* atau media *digital* lainnya. Dalam perencanaan kegiatan promosi pun perlu memperhatikan perkembangan teknologi informasi dan promosi agar bisa terus membuat media informasi dan promosi yang mengikuti perkembangan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Triyono, Kemal Salahuddin dan Hendi Setiawan, 2017, *Desain media Komunikasi Visual Penunjang Event Wisuda*, CCIT Journal Vol.10 No.1, Tangerang, STMIK Raharja.
- [2] Suyono, Annisa Maharani, Obsatar Sinaga dan Tezza Adriansyah Anwar, 2019, *Perencanaan Bisnis Merchandise Resmi Universitas ABC Dengan Menggunakan Timmons Model*, Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan Vol.5 No.2, Bandung, Universitas Widyatama.
- [3] Aris, Chris Syahnaz dan Siti Mariah Ulfa, 2017, *Desian Merchandise Sebagai Penunjang Informasi Dan Promosi SD Islam Miftahul Huda*, CCIT Journal Vol.3 No.2, Tangerang, STMIK Raharja.
- [4] Sunarya, Lusyani, Ogi Dermawan dan Muhammad Hanif Amrullah, 2016, *Desain Media Sign System Dan Himbauan Sebagai Penunjang Informasi Pada Yayasan Perguruan Islam Attaqwa*, SENSI Journal Vol.2 No.1, Tangerang, AMIK Raharja.
- [5] Martono, Al Husain, dan Devi Iswara, 2018, *Media Company Profile Berbentuk Desain Booklet Menggunakan Aplikasi Photoshop CS5 Di PT. Citra Surya Selaras Berbasis Multimedia*, SENSI Journal Vol.4 No.2, Tangerang, STMIK Raharja.
- [6] Setyanti, Nugraheni dan Umi Khabibah, 2018, *Aplikasi Adobe Photoshop CS6 Untuk Pembuatan Desain Katalog Sebagai Media Promosi di CV. Kajeye Food Malang*, Jurnal Aplikasi Bisnis Vol.3 No.1, Malang, Universitas Negeri Malang.
- [7] Sunarya, Po Abas dan Lisa Anisah 2018, *Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Informasi Pada Ditjen Aptika Kementerian Komunikasi dan Informatika Jakarta*, Jurnal CERITA Vol.4 No.1, Tangerang, STMIK Raharja.
- [8] Maulani, Giandari, Siti Nur Janah dan Alam Mahbubi 2017, *Desain Media Komunikasi Visual Berbentuk Tabloid Sebagai Sarana Promosi SMK Mandiri 2*, Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA Vol.7 No.1, Pontianak, STMIK Pontianak.
- [9] Sulaiman, Annas Marzuki dan Sugiyanto 2019, *Optimalisasi Potensi Karya Mahasiswa Mata Kuliah Grafika DKV Melalui Galeri Online*, Journal of Art, Design, Art Education And Culture Studies (JADECS), Vol.4 No.1, Malang, Universitas Negeri Malang.