

**PERANCANGAN DESAIN MERCHANDISE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI YAYASAN
JANAHITA MANDALA UBUD**

Rizky Iskandar Nasution¹, Ni Ketut Pande Sarjani², Wahyu Indira³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Denpasar
Email: Rizkyin26@gmail.com

Abstrak

Yayasan Janahita Mandala Ubud merupakan sebuah yayasan yang bergerak dalam melestarikan kebudayaan Bali dari pariwisata Ubud yang berbasis kebudayaan di tengah-tengah lingkungan masyarakat sebagai penguat identitas Bali, khususnya untuk Ubud itu sendiri. Yayasan Janahita Mandala Ubud memiliki potensi yang baik dalam melestarikan kebudayaan Bali. Yayasan ini belum memiliki media sebagai promosi dalam meningkatkan awareness masyarakat, maka dari itu penulis melakukan perancangan merchandise ini. Perancangan merchandise ini dibuat berdasarkan hasil metode SWOT dengan konsep klasik modern. Dengan adanya perancangan merchandise sebagai media promosi Yayasan Janahita Mandala Ubud diharapkan dapat meningkatkan awareness masyarakat terhadap yayasan ini.

Kata kunci: Perancangan, *Merchandise*, *Awareness*.

Abstract

The Janahita Mandala Ubud Foundation is a foundation that is engaged in preserving Balinese culture from culture-based Ubud tourism in the midst of the community as a reinforcement of Balinese identity, especially for Ubud itself. The Janahita Mandala Ubud Foundation has good potential in preserving Balinese culture. This foundation does not yet have a media as a promotion in increasing public awareness, therefore the author made this merchandise design. This merchandise design is based on the results of the SWOT method with a modern classic concept. With the design of merchandise as a promotional medium for the Janahita Mandala Ubud Foundation, it is hoped that it will increase public awareness of this foundation.

Keywords: *Design*, *Merchandise*, *Awareness*.

1. PENDAHULUAN

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka atau yang disingkat dengan MBKM ini merupakan salah satu mata kuliah yang wajib di tempuh oleh mahasiswa Institut Seni Indonesia Denpasar dilaksanakan agar mahasiswa dapat terjun dan memahami langsung berbagai permasalahan dan tantangan yang terjadi di masyarakat yang mencakup riset dasar, tata kelola ekosistem, tugas akhir, diseminasi, dan literasi digital desain komunikasi visual.

Yayasan Janahita Mandala Ubud merupakan yayasan yang bergerak dalam pelestarian sastra dan budaya Bali yang bertempat di Ubud, untuk saat ini yayasan ini berlokasi di Museum Puri Lukisan Ubud, yayasan ini mempunyai banyak segmen kegiatan diantaranya *sarasastra*, bincang santai, *reka jana*, *wadhu wakya*, dan *macandetan*, kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara luring (luar jaringan/*offline*) dan daring (dalam jaringan/*online*). Sebagai salah satu yayasan yang masih tergolong baru karena berdiri sekitar tahun 2020, maka diperlukan sebuah bentuk promosi untuk mengenalkan yayasan ini ke jangkauan masyarakat yang lebih luas.

Pemilihan media berupa *merchandise* karena yayasan ini belum memiliki sebuah media promosi yang seperti ini sebelumnya. *Merchandise* adalah salah satu bidang atau media untuk menambah profit suatu perusahaan atau individu. *Merchandise* menggunakan benda-benda tertentu yang digunakan, benda tersebut ditempelkan gambar atau logo yang menyangkut suatu perusahaan atau individu. Setiap lembaga/instansi memerlukan sebuah *merchandise* untuk meningkatkan profit atau kunjungan konsumen. Cara ini dinilai lebih efektif sebagai salah satu strategi promosi karena *merchandise* memiliki peran penting sebagai media promosi untuk meningkatkan tingkat *awareness* yayasan ini kepada masyarakat yang lebih luas. Secara umum, beragam *merchandise* yang diberikan kepada brand dan perusahaan kepada pelanggan bersifat jangka panjang atau bisa digunakan dalam waktu lama. Hal ini berarti konsumen akan lebih mudah untuk mengingat suatu brand atau perusahaan yang termuat dalam *merchandise* tersebut. Jika

dibandingkan dengan media promosi dalam bentuk booklet atau brosur, *merchandise* dinilai lebih unggul. Sebab, *merchandise* memiliki daya guna yang lebih lama daripada booklet atau brosur.

Merchandise dapat menjadi *branding* produk bagi yayasan, misalnya seperti baju yang disablon dengan logo yayasan. Hal ini bertujuan agar penerima dapat mengingatkan yayasan yang telah memberikan barang promosi tersebut dan juga sebagai penyebaran informasi bagi masyarakat yang melihat dan belum mengetahui tentang keberadaan yayasan ini. Selain itu *merchandise* ini dapat menjadi tanda terima kasih bagi audiensi dalam suatu momen atau acara-acara tertentu yang diselenggarakan oleh pihak yayasan ini.

Karena peran dan fungsi *merchandise* cukup penting, maka melalui produk tersebut bisa dimanfaatkan sebagai media promosi yang efektif bagi Yayasan Janahita Mandala Ubud ini. Pentingnya *merchandise* ini bagi yayasan karena dengan pembuatan *merchandise* ini diharapkan dapat meningkatkan citra masyarakat terhadap Yayasan Janahita Mandala Ubud dan meningkatkan *awareness* masyarakat terutama di daerah Ubud mengenai keberadaan Yayasan Janahita Mandala Ubud ini. Akan tetapi di dalam pembuatan *merchandise* ini diperlukan adanya tampilan grafis yang menarik, Untuk itu perancangan *merchandise* untuk audiensi Yayasan Janahita Mandala Ubud maupun untuk Yayasan Janahita Mandala Ubud itu sendiri yang melandasi dasar pemikiran penulis dalam melakukan kegiatan studi/proyek independen ini.

2. METODE PENELITIAN

Dalam kegiatan MBKM proyek/studi independen yang dilakukan kali ini yakni merancang *merchandise* untuk Yayasan Janahita Mandala Ubud, penulis mencari dan menemukan informasi sebagai acuan yang ada dengan melakukan pendekatan observasi, wawancara, dan dokumentasi serta berpedoman pada literatur atau studi pustaka. Dengan begitu akan lebih mudah bagi penulis dalam menentukan arah dan tujuan dalam membuat perancangan *merchandise* untuk Yayasan Janahita Mandala Ubud ini. Metode yang

digunakan penulis sebagai pedoman dalam merancang *merchandise*. Metode yang digunakan penulis sebagai pedoman dalam menyelesaikan permasalahan dan menjadi sumber dalam perancangan ini adalah metode penelitian kualitatif. Dengan metode penelitian kualitatif ini seperti hasil wawancara, dan data lainnya diharapkan dapat menghasilkan data yang deskriptif. Oleh karena itu, berbagai informasi pendukung perancangan ini, seperti halnya hasil observasi, wawancara dan data lainnya akan dianalisis berdasarkan metode deskriptif kualitatif sehingga diperoleh sebuah kesimpulan yang diharapkan dapat menjadi jawaban atas permasalahan dalam perancangan *merchandise* ini.

a. Metode Pengumpulan Data

- Observasi

Sebagai langkah awal dalam proses pengumpulan data untuk kegiatan perancangan *merchandise* Yayasan Janahita Mandala Ubud, maka dilakukan observasi atau pengamatan secara langsung terhadap Yayasan Janahita Mandala Ubud. Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004: 104). Observasi dilakukan selama kegiatan program MBKM berlangsung yakni di Museum Puri Lukisan Ubud yang berlokasi di Jl. Raya Ubud, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh yayasan ini. Yayasan ini bernama lengkap Yayasan Janahita Mandala Ubud, berlokasi di Museum Puri Lukisan Ubud tepatnya di Jalan Raya Ubud, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali. Memiliki moto "*laku sastra amukti janahita*" yang berarti berpijak pada pedoman sastra dan ilmu pengetahuan, kebahagiaan, dan harmonisasi masyarakat atas penciptaannya. Terdapat banyak kegiatan yang dijalani oleh Yayasan Janahita Mandala Ubud seperti *sarasastra*, bincang santai, *utsawa yowana abhinaya*, *reka jana*, *wadhu wakya*, *macandetan*, dan *malajah basa lan aksara*.

- Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data. Dalam penelitian dengan metode kualitatif ini menggunakan wawancara mendalam yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Sutopo 2006: 72). Wawancara dilakukan selama kegiatan program MBKM berlangsung yakni di Museum Puri Lukisan Ubud yang berlokasi di Jl. Raya Ubud, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali. Berdasarkan hasil wawancara di Museum Puri Lukisan Ubud yang dilakukan dengan Bapak Tjokorda Gde Agung Ichiro Sukawati selaku ketua Yayasan Janahita Mandala Ubud dan Bapak Cokorda Gde Bayu Putra selaku sekretaris umum Yayasan Janahita Mandala Ubud, yang menjelaskan mengenai sejarah berdirinya Yayasan Janahita Mandala Ubud serta seluk beluknya. Yayasan Janahita Mandala bergerak dalam pelestarian seni dan budaya Bali khususnya di Ubud. dahulu terdapat semangat perkumpulan dari generasi muda (anggota yang sebagian besar berusia dibawah 40 tahun) dan terdapat banyak kegiatan yang dilaksanakan dari perkumpulan ini seperti rembuk sastra, diskusi tokoh, dan sesi diskusi kewirausahaan yang berakarkan pada kebudayaan. Pada akhirnya dengan semangat perkumpulan ini kemudian didirikanlah sebuah yayasan yang menaungi semangat perkumpulan ini dengan diberi nama Yayasan Janahita Mandala Ubud. Yayasan ini berdiri pada tahun 2020 oleh Tjokorda Gde Putra Artha Astawa Sukawati, namun beliau menyerahkan sepenuhnya pengelolaan Yayasan Janahita Mandala Ubud ini kepada Tjokorda Gde Agung Ichiro Sukawati.

- Kepustakaan

Kepustakaan merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang informasinya diperoleh melalui buku-buku, literatur, dan bahan pustaka yang relevan dengan penelitian yang dilakukan atau mengutip pendapat para ahli yang ada dengan tujuan untuk memperdalam wawasan mengenai hal-hal yang terkait sebagai pedoman dalam proses

perancangan baik secara konsep maupun implementasinya.

- Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen, arsip, laporan, literatur dan seluruh objek yang berhubungan dengan masalah kegiatan perancangan *merchandise* Yayasan Janahita Mandala Ubud.

b. Metode Analisis Data

Metode analisis SWOT menurut Rangkuti (2005) dalam bukunya yang berjudul *Analisis SWOT Teknik Membeda Kasus Bisnis* menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau bisnis yang berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats* yang akan dilakukan. Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

- *Strenght* (kekuatan)

Strenght merupakan analisis dari segi kekuatan yang dimiliki oleh Yayasan Janahita Mandala Ubud. *Strenght* atau kekuatan yang dimiliki oleh yayasan ini yakni sebagai yayasan yang mempelopori dalam mempertahankan seni dan budaya Bali.

- *Weakness* (kelemahan)

Weakness merupakan analisis dari segi kelemahan yang terdapat pada Yayasan Janahita Mandala Ubud. *Strenght* atau kekuatan yang dimiliki oleh yayasan ini yakni belum mempunyai rancangan media seperti *merchandise* sebagai langkah promosi dan meningkatkan *awareness* masyarakat.

- *Opportunities* (peluang)

Opportunities merupakan analisis dari segi kekuatan yang terdapat pada Yayasan Janahita Mandala Ubud. *Strenght* atau kekuatan yang dimiliki oleh yayasan ini yakni pentingnya mempertahankan seni dan budaya Bali di masa kini, sebab itu yang menjadi peluang bagi yayasan ini untuk meningkatkan *awareness* masyarakat.

- *Threats* (ancaman)

Threats merupakan analisis dari segi ancaman yang dihadapi oleh Yayasan Janahita Mandala Ubud. *Strenght* atau kekuatan yang dimiliki oleh yayasan ini yakni pada zaman sekarang ini tidak sedikit masyarakat yang kurang minat dalam mempelajari seni dan budaya lokal.

3. HASIL ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

a. Konsep Perancangan

Konsep perancangan karya ialah rangkaian perancangan berdasarkan konsep yang telah ditentukan sebelumnya. Sehingga rangkaian ini kemudian akan digunakan secara konsisten pada setiap hasil implementasi karya konsep perancangan *merchandise* ini didasari oleh latar belakang yang kemudian dicari rumusan masalah, setelah itu dilakukan metode dan analisa SWOT lalu membuat konsep perancangan hingga ke tahap implementasi sebelum menjadi final desain atau hasil akhir dari perancangan *merchandise* Yayasan Janahita Mandala Ubud. Konsep yang digunakan dalam perancangan ini bertemakan klasik dan modern.

b. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dari perancangan *merchandise* ini dapat dilihat dari beberapa sisi, yaitu:

- Demografi

Segmentasi demografi meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan dan pekerjaan. Target dari perancangan *merchandise* ini ialah laki-laki dan perempuan berumur antara 12 sampai 40 tahun, dengan pendidikan pelajar, mahasiswa, dan pekerjaan pegawai.

- Geografi

Segmentasi geografis dari perancangan *merchandise* ini ialah Ubud, Gianyar, dan kota di Bali serta luar Bali.

- Psikologi

Segmentasi psikografis ini meliputi gaya hidup pola orang yang menjalani hidup dan menggunakan waktu dan uang, maka desain yang akan dibuat hendaknya dapat meningkatkan minat

dan rasa ingin tahu masyarakat terhadap Yayasan Janahita Mandala Ubud.

- Behavior

Segmentasi behaviora menyangkut tentang perilaku target, jika ditinjau dari sisi behavior, perancangan ini bertujuan pada masyarakat dengan pola hidup modern dengan kelas sosial menengah.

c. Eksekusi Desain Final

- *T-Shirt*



Gambar 1 T-Shirt

(Sumber: Dokumen Rizky Iskandar Nasution 2022)

- *Totebag*



Gambar 2 Totebag

(Sumber: Dokumen Rizky Iskandar Nasution 2022)

- *Tumbler*



Gambar 3 Tumbler

(Sumber: Dokumen Rizky Iskandar Nasution 2022)

- *Gantungan Kunci*



Gambar 3 Gantungan Kunci

(Sumber: Dokumen Rizky Iskandar Nasution 2022)

- *Stiker*



Gambar 4 Stiker

(Sumber: Dokumen Rizky Iskandar Nasution 2022)

- *Jam Dinding*



Gambar 5 Jam Dinding

(Sumber: Dokumen Rizky Iskandar Nasution 2022)

- *Payung*



Gambar 6 Payung

(Sumber: Dokumen Rizky Iskandar Nasution 2022)

4. PENUTUP

a. Kesimpulan

Proyek studi independen ini menghasilkan rancangan merchandise untuk Yayasan Janahita Mandala yang berupa *t-shirt*, *totebag*, tumbler, gantungan kunci, stiker, dan jam dinding. Tahapan perancangan yang dilakukan pertama kali adalah membuat sketsa layout secara tradisional yang kemudian masuk ke tahap editing dan *layouting* secara digital melalui media laptop pada perangkat lunak Adobe Photoshop CC 2020. Digital *layouting* berguna untuk meninjau ulang bentuk akhir desain yang nantinya akan dijadikan merchandise. Pada perancangan merchandise secara tidak langsung mendukung pelestarian seni dan budaya Bali.

Perancangan merchandise ini ditujukan sebagai upaya meningkatkan awareness dan citra Yayasan Janahita Mandala Ubud. Produk merchandise Yayasan Janahita Mandala Ubud ini memiliki tingkat kualitas yang baik dan hendaknya dapat dimiliki oleh masyarakat yang luas.

5. DAFTAR RUJUKAN

- Rangkuti, Fredy. 1997. Analisis Swot-Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. 2010. Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula. Bandung: Alfabeta
- Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Sutopo. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif, Surakarta: UNS.