

PERANCANGAN MERCHANDISE UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PERUSAHAAN WAVES COMPANY ADVENTURE

I Wayan Bayu Rastika¹, Gede Bayu Segara Putra², Putu Gede Satria Kharismawan³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

Email : bayurastika1@gmail.com

Abstrak

Waves Company Adventure yang merupakan salah UMKM Clothing Brand dari banyaknya Clothing Brand di Bali. Waves Company Adventure berdiri sejak tahun 2023 yang kini telah berkembang serta menjadi salah satu Clothing Brand yang cukup terkenal di Bali dan tak hanya itu, Waves Company Adventure juga rutin mengikuti Event seperti NK 13 BRAT RACE, Balapan Jalur Datar. Dalam studi/proyek independen program MBKM dengan Waves Company Adventure, Kompetensi yang dimiliki diterapkan untuk menambah produk di Waves Company. Disini penulis merancang Desain untuk Merchandise di Waves Company Adventure dengan penggambaran yang beragam. Setelah dibuatnya desain Ilustrasi Merchandise di Waves Company Adventure, untuk meningkatkan jumlah peminat, penulis juga akan membuat desain *feeds* maupun *instastory* untuk disebar luaskan melalui akun Instagram maupun Tiktok dari Waves Company Adventure itu sendiri.

Kata kunci : Clothing, Merchandise, Adventure, Waves Company Adventure

Abstract

Waves Company Adventure is one of the many UMKM Clothing Brands in Bali. Waves Company Adventure was founded in 2023 and has now developed and become one of the most well-known clothing brands in Bali and not only that, Waves Company Adventure also regularly participates in events such as NK 13 BRAT RACE, Flat Track Racing. In the independent study/project of the MBKM program with Waves Company Adventure, the competencies possessed are applied to add products at Waves Company. Here the author designs designs for merchandise at Waves Company Adventure with various depictions. After creating the Merchandise Illustration designs at Waves Company Adventure, to increase the number of enthusiasts, the author will also create feeds and instastory designs to be distributed widely via Instagram and Tiktok accounts from Waves Company Adventure itself.

Keywords: Clothing, Merchandise, Adventure, Waves Company Adventure

PENDAHULUAN

Waves Company Adventure yang merupakan salah satu UMKM Clothing Brand dari banyaknya Clothing Brand di Bali. Waves Company Adventure berdiri sejak tahun 2023 yang kini telah berkembang serta menjadi salah satu Clothing Brand yang cukup terkenal di Bali dan tak hanya itu, Waves Company Adventure juga rutin mengikuti Event seperti NK 13 BRAT RACE, Balapan Jalur Datar. Dalam studi/proyek independen program MBKM dengan Waves Company Adventure, Kompetensi yang dimiliki diterapkan untuk menambah produk di Waves Company. Disini penulis merancang Desain untuk Merchandise di Waves Company Adventure dengan penggambaran yang beragam. Setelah dibuatnya desain Ilustrasi Merchandise di Waves Company Adventure, untuk meningkatkan jumlah peminat, penulis juga akan membuat desain *feeds* maupun *instastory* untuk disebar luaskan melalui akun Instagram maupun Tiktok dari Waves Company Adventure itu sendiri.

Dalam pelaksanaannya mahasiswa akan melakukan studi/proyek independen untuk membantu memberi solusi dalam meningkatkan brand awareness dari Waves Company Adventure. Dalam laporan berjudul "Perancangan Merchandise Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Perusahaan Waves Company Adventure" dipilih pengerjaan produk baru atau inovasi desain dan pembimbing akan memberikan masukan sesuai dengan kebutuhan Waves Company Adventure. Inovasi desain yang akan diterapkan pada produk baru di Waves Company Adventure dan juga sebagai hasil dari kegiatan studi/proyek independen MBKM ini memiliki keistimewaan tersendiri. Media yang dipilih untuk hasil akhir kegiatan studi/proyek independen adalah Merchandise yang akan meningkatkan brand awareness. Merchandise dipilih sebagai media untuk meningkatkan brand awareness. Merchandise ini berfungsi

sebagai alat untuk meningkatkan brand awareness.

METODE

Data yang dibutuhkan dalam proses merancang merchandise untuk meningkatkan brand awareness pada perusahaan Waves Company Adventure dengan ilmu Desain Komunikasi Visual ini menggunakan data primer dan data sekunder. Adapun sumber dari data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Berikut adalah data primer yang didapat langsung dari perusahaan yang diangkat :

1. Partisipasi

Metode partisipasi dilakukan dengan ikut berpartisipasi dalam rangkaian kegiatan proses studi/proyek independen dan turut terlibat dalam mengerjakan proyek-proyek yang diberikan oleh Waves Company Adventure.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data, dimana dilakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Nurdin dan Hartati, 2019: 173). Observasi dilakukan terhadap brand yang kurangnya tingkat pengenalan terhadap produk.

3. Wawancara

Menurut Riyanto (2010: 82) wawancara merupakan metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara penyelidik dengan subjek atau responden. Dalam hal ini dilakukan wawancara langsung dengan brand yang ingin meningkatkan produknya.

Wawancara dilakukan dengan beberapa clothing dari konsep yang berbeda. Tujuannya, untuk mengetahui alasan mereka yang tidak memperhatikan brand awareness pada clothingannya. Alasan yang di dapat bermacam-macam, mulai dari kurangnya pemahaman untuk membuat clothing itu sendiri, faktor lingkungan yang tidak mendukung, dan belum siap untuk planing clothing kedepannya.

b. Data Sekunder

Berikut adalah data sekunder yang didapat langsung dari perusahaan yang diangkat :

1. Studi Kepustakaan

Studi pustaka dilakukan untuk memperkaya pengetahuan mengenai berbagai konsep yang akan digunakan sebagai dasar atau pedoman dalam proses penelitian (Martono, 2011: 97). Studi pustaka dilakukan dengan cara mencari informasi yang terdapat dalam artikel, tulisan, makalah dan buku-buku pada penelitian sebelumnya. Metode ini digunakan dalam mencari hal-hal yang berkaitan dengan perancangan media komunikasi visual sebagai sarana perancangan proyek dan laporan ini.

2. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2006: 158) metode dokumentasi adalah peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya. Dalam tahapan ini dilakukan pencatatan melalui hasil wawancara, mendokumentasikan data yang didapat, dan memahami alur kerja yang sudah ditetapkan di tempat studi/proyek independen di Waves Company Adventure.

Waves Company Adventure didirikan oleh I Wayan Herry Cahyana pada tahun 2023 lalu. I Wayan Herry Cahyana atau yang kerap disebut Erik ini memang tertarik terhadap dunia Adventure sejak lama. Waves Company Adventure telah menjadi salah satu dari Clothing Brand di Bali. Waves Company Adventure yang awalnya memilih mix antara konsep adventure dan surfing, ketertarikan terhadap surfing sudah mulai memudar saat ini dikarenakan target yang kurang diminati oleh orang lokal. Waves Company Adventure telah berkembang semakin pesat dan sekarang menjadi salah satu Clothing Brand yang dihormati. Waves Company Adventure disini juga pernah mengikuti beberapa Evnet Race seperti NK13, Brat Race NK13 dan Balapan Jalur Datar.

Ilustrasi

Pujiriyanto (2005:42) menyatakan bahwa ilustrasi gambar tangan merupakan ilustrasi yang dibuat secara keseluruhan menggunakan tangan, dengan memberikan karakter tertentu untuk mendukung media komunikasi yang dibuat. Ilustrasi gambar tangan terbagi menjadi dua yaitu manual dan digital. Untuk ilustrasi digital dibuat menggunakan aplikasi yang terdapat pada ipad, tab maupun laptop. Sedangkan ilustrasi manual dibuat dengan berbagai alat dan media, seperti lukisan yang menggunakan media kanvas dengan alat lukis seperti kuas dan cat. Adapun mural yang menggunakan media tembok dengan alat lukis juga. Graffiti, sama seperti mural namun alatnya menggunakan pilox. Lukis tubuh atau Body Painting, melukis pada tubuh menggunakan kuas dan cat khusus kulit manusia.

Clothing

Clothing adalah barang atau bahan yang digunakan untuk menutupi tubuh manusia, dengan fungsi utama melindungi tubuh dari kondisi lingkungan seperti cuaca panas, dingin, angin, dan hujan, serta memberikan kenyamanan dan perlindungan. Selain itu, pakaian berperan sebagai ekspresi budaya, identitas, gaya, atau simbol status sosial. Jenis-jenis pakaian meliputi pakaian kasual untuk kenyamanan sehari-hari, pakaian formal untuk acara resmi, pakaian tradisional yang mencerminkan budaya tertentu, pakaian olahraga yang dirancang untuk aktivitas fisik, hingga pakaian fungsional seperti seragam kerja atau pelindung.

Merchandise

Merchandise adalah barang atau produk yang dijual atau dipromosikan, biasanya untuk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Waves Company Adventure

mendukung suatu merek, acara, organisasi, atau individu. Merchandise sering digunakan sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan kesadaran merek atau membangun hubungan dengan pelanggan melalui produk yang relevan.

Adventure

Adventure adalah pengalaman atau kegiatan yang melibatkan tantangan, eksplorasi, atau situasi yang tidak biasa dan sering kali penuh dengan kejutan atau risiko. Petualangan dapat bersifat fisik, seperti menjelajahi alam liar, mendaki gunung, atau menyelam, tetapi juga bisa bersifat mental atau emosional, seperti mencoba sesuatu yang baru atau menghadapi situasi yang menantang.

Analisis Data

Adapun hasil analisis data yang didapatkan adalah sebagai berikut :

1. Analisis Desain

Konsep ini menyungung Lifestyle Ecosystem Branding menciptakan ekosistem yang saling melengkapi antara produk, pengalaman, dan identitas merek, di mana pendekatan ini tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional konsumen tetapi juga membangun hubungan emosional yang mendalam. Dengan menawarkan pakaian fungsional seperti jaket tahan air atau kaos bertema petualangan yang nyaman dan stylish, serta merchandise seperti botol minum, topi, atau tas dengan logo merek, perusahaan dapat meningkatkan nilai merek, loyalitas pelanggan, dan pengakuan merek. Strategi ini menjangkau pasar yang luas, dari pemula hingga profesional, melalui produk entry-level hingga premium yang dapat dikustomisasi sesuai kebutuhan. Selain itu, peluang inovasi dalam keberlanjutan, seperti pakaian ramah lingkungan dan merchandise dengan teknologi canggih, sejalan dengan semangat pelestarian alam yang melekat pada petualangan, memperkuat citra positif merek. Dengan memanfaatkan media sosial, event sponsorship, dan kolaborasi dengan komunitas adventure, perusahaan dapat menciptakan pemasaran organik yang efektif, sekaligus membangun sumber pendapatan baru yang berkelanjutan melalui pengalaman konsumen yang berkesan dan relevan.

Analisis Fungsi

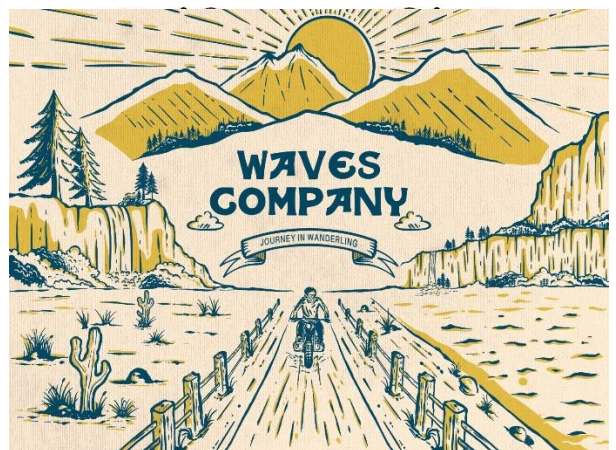
Fungsi Peningkatan brand awareness ini adalah memperkuat produk pada pasar yang dituju dengan membuat merchandise yang memiliki ciri khas untuk meningkatkan penjualan.

Konsep Perancangan

Dengan menggunakan ilmu Desain Komunikasi Visual sebagai acuan dalam merancang merchandise untuk brand awareness pada perusahaan Waves Company Adventure agar proses menuju pada tujuan yang hendak dicapai dapat dilakukan dengan baik dan tepat. Maka sebelum menentukan kriteria untuk konsep terlebih dahulu dilakukan mind mapping dan wawancara dengan pihak mitra. Adapun konsep perancangan yang akan digunakan membuat merchandise untuk brand awareness pada perusahaan Waves Company Adventure sebagai berikut :

1. Ilustrasi

Berdasarkan analisis data, karya ini menggabungkan desain vintage dengan adventure, dengan pohon cemara sebagai elemen utama. Dalam desain vintage, pohon cemara melambangkan Gabungan antara desain vintage dan pohon cemara menciptakan suasana yang menenangkan dan penuh nostalgia.



Gambar 3. Desain gabungan desain vintage dan adventure
(Sumber; Bayu Rastika, 2024)

2. Ukuran

Perancangan ilustrasi ini menggunakan ukuran yang sesuai dengan ukuran merchandise yaitu A3. desain tersebut nantinya akan di sablon dan dijadikan pasarkan.

Proses Perancangan

Adapun tahapan proses perancangan dari desain ilustrasi Waves Company Adventure terbagi dalam beberapa tahapan, yaitu :

1. Observasi

Pada tahap pertama dalam perancangan ini, observasi dilakukan terhadap orang yang ingin mengetahui permasalahan brand awareness mereka.

2. Pengumpulan ide

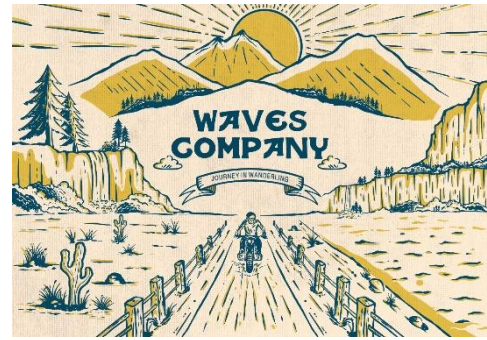
Pada tahapan ini, dikumpulkan ide-ide yang akan digunakan pada perancangan ini. Adapun sumber dari ide tersebut sebagian besar berasal dari Herry Cahyana dan platform lainnya yaitu Pinterest. Pengumpulan ide dilakukan bersama dengan koreksi oleh *Owner Waves Company Adventure*, agar ide yang dibuat sesuai dengan konsep yang diusung.

3. Pembuatan ilustrasi

Pada tahapan ini dilakukan visualisasi dari konsep yang telah ditentukan menjadi bentuk visual 2D berupa ilustrasi. Pembuatan ilustrasi dilakukan secara terpisah sesuai dengan aset yang diperlukan. Proses ini meliputi tahap sketsa, kontur dan pengaplikasian pada media.

Estetika Karya

Estetika Secara keseluruhan, karya ini memadukan elemen alam, eksplorasi, dan sentuhan retro untuk menciptakan desain yang menarik, membumi, dan penuh cerita. Cocok untuk branding yang ingin menonjolkan nilai petualangan dan kebebasan. Penggunaan warna krem sebagai latar belakang dengan aksen biru tua dan kuning mustard menciptakan nuansa retro yang klasik dan hangat. Kombinasi warna ini memperkuat kesan natural yang sering diasosiasikan dengan alam dan petualangan.



Gambar 2. Penggunaan warna yang membuat kesan retro
Sumber : Kadek Ayu Sely Sairam

Sedangkan detail ilustrasi, seperti pohon cemara, pegunungan, matahari, air terjun, dan jalan dengan pagar kayu, dibuat dengan gaya sketsa tangan yang menambah kesan autentik dan tradisional. Garis-garis sederhana namun tegas membuat ilustrasi terlihat natural dan fokus pada tema petualangan. Huruf dengan gaya bold dan melengkung (*wave*) memberikan kesan unik dan kuat, mencerminkan identitas merek atau pesan yang ingin disampaikan. Penggunaan pita sebagai tempat slogan ("*Journey in Wandering*") menambah daya tarik visual dan memberikan sentuhan klasik. Elemen-elemen desain diatur dengan harmoni yang baik, di mana gunung dan matahari menjadi pusat perhatian. Jalan yang melintang membawa fokus ke pengendara motor, memberikan narasi eksplorasi dan perjalanan. Efek tekstur seperti kain atau kertas tua pada latar belakang memberikan kesan vintage yang memperkuat tema nostalgia dan koneksi dengan era lampau. Secara keseluruhan, estetika karya ini memadukan elemen alam, eksplorasi, dan sentuhan retro untuk menciptakan desain yang menarik, membumi, dan penuh cerita. Cocok untuk branding yang ingin menonjolkan nilai petualangan dan kebebasan. Komposisi yang terdapat dalam desain gabungan ini dapat diperoleh dengan mengikuti kaidah atau prinsip prinsip desain yang meliputi kesatuan (*unity*), keseimbangan (*balance*) dan proporsi (*proportion*)

a. Prinsip kesatuan (*unity*)

Dalam desain ini, prinsip kesatuan dapat dilihat dari garis dan bentuk di dalam karya yang saling terhubung. Bentuk bunga teratai yang menjadi pusat perhatian, dikelilingi oleh garis melengkung yang merupakan perwujudan alam. Seluruh elemen saling melengkapi dengan gaya garis lengkung yang konsisten sehingga menciptakan harmoni visual. Garis setiap sudut yang berulang memperkuat hubungan antar elemen, menciptakan desain yang terasa utuh dan menyatu.

b. Prinsip keseimbangan (*balance*)

Selain prinsip kesatuan, desain ini juga menggunakan prinsip keseimbangan. Keseimbangan memiliki arti pembagian visual yang setara atau seimbang. Pada desain ini, menggunakan keseimbangan simetris. Terlihat dari elemen pada sisi kiri dan sisi kanan yang memiliki bentuk dan ukuran serupa. Pada pusat desain yaitu bunga teratai, berfungsi sebagai sumbu simetri, menciptakan kesan stabil dan presisi. Keseimbangan juga didukung oleh garis dan titik yang tidak membebani salah satu sisi.

c. Prinsip Proporsi (*proportion*)

Proporsi berhubungan dengan ukuran elemen terhadap elemen lainnya atau terhadap keseluruhan desain. Dalam desain ini elemen bunga sebagai pusat lebih besar dibandingkan elemen pendukung lainnya. Ukuran elemen pendukung seperti titik, garis melengkung dan elemen kecil lainnya cukup proporsional untuk tidak mengganggu elemen utama atau tidak mengganggu titik fokus. Elemen disetiap sisi memiliki ukuran seragam sehingga terasa selaras secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Dalam proyek MBKM di Waves Company Adventure, penulis mempelajari tentang brand awareness, yaitu proses meningkatkan brand awareness untuk membuat merchandise agar memiliki tingkat brand awareness yang tinggi.

Untuk meningkatkan brand awareness melalui merchandise, buatlah produk dengan desain menarik yang selaras dengan identitas merek dan relevan untuk audiens target, seperti kaos, tas, atau aksesoris sehari-hari. Pastikan kualitas produk tinggi agar dapat menciptakan kesan positif. Gunakan merchandise dalam acara atau aktivasi untuk meningkatkan visibilitas, dan jalin kolaborasi dengan influencer atau merek lain untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Manfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk, mengadakan kontes, atau berbagi foto pelanggan, serta rancang pengalaman belanja yang menyenangkan dengan kemasan menarik dan layanan pelanggan yang baik. Dengan langkah-langkah ini, merchandise dapat menjadi alat efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pengenalan merek.

DAFTAR RUJUKAN

- Creswell, J. W. (2005). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Janottama, I. Putu Arya, and Agus Ngurah Arya Putraka. "Gaya dan teknik perancangan ilustrasi tokoh pada cerita rakyat Bali." *Segara Widya: Jurnal Penelitian Seni* 5 (2017).
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Desain Grafis Komputer)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Perdana, M. D., Syafikarani, A., & Ningrum, N. N. (2023). *PERANCANGAN PROMOSI PERDANA HOME DECORATION UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS*. *eProceedings of Art & Design*, 10(2).
- Bilgin, Y. (2018). The effect of social media marketing activities on brand awareness, brand image and brand loyalty. *Business & management studies: an international journal*, 6(1), 128-148.
- Harahap, N. A., & Oemar, E. A. B. (2020). Inspirasi Desain Gaya Vintage dalam Perancangan Buku Infografis Makanan Populer Tradisional Melayu Kepulauan Riau. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 1(3), 50-63.
- Istiyani, D. (2015). *LANDASAN TEORI DAN PROGRAM (Dokumen Untuk Sidang Ujian) REVITALISASI PUSAT KAWASAN DI KOTA LAMA SEMARANG SEBAGAI SARANA APRESIASI SENI KAUM MUDA* Tema Desain: *Desain Vintage di Kawasan Konservasi* (Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).

Rahma, H. (2023). *Penggunaan Digital Marketing terhadap Peningkatan Brand Awareness PT Produk Zilla Akademi Indonesia*.

Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). *Upaya peningkatkan brand awareness PT. Go-Jek Indonesia melalui aktivitas marketing public relations. Jurnal Komunikasi, 9(1), 31-43*.

Susanto, G., Leo, D., Evelyn, R., & Felicio, H. (2023). *Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(22), 483-491*.

Ray, I., & Islam, M. A. (2022). Perancangan Brand Identity dan Media Sosial Triversa Sebagai Sarana untuk Meningkatkan Brand Awareness. BARIK-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual, 3(3), 221-235.