

PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL MERCHANDISE ENAMEL PIN DI EXPAT ROASTERS

Dimas Wahyu Arya Kusuma¹, Alit Kumala Dewi², I Kadek Jayendra Dwi Putra³
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia, Jalan Nusa
Indah Sumerta, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

Email: dimaswahyuarya2003@gmail.com, kumalaisidps@gmail.com, jayendra@isi-dps.ac.id

ABSTRAK

Artikel ini membahas proses perancangan merchandise enamel pin di Expat Roasters sebagai bagian dari strategi visual branding yang konsisten dan kuat. Melalui program magang MBKM, penulis terlibat dalam divisi desain Expat Roasters untuk merancang tiga seri enamel pin: Reguler, Daerah, dan Bangunan. Setiap seri dirancang dengan pendekatan gaya visual monoline, palet warna khas brand, serta narasi visual untuk memperkuat kedekatan emosional pelanggan dengan brand. Metode yang digunakan dalam proses ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasilnya berupa desain siap produksi yang efektif secara estetis dan strategis. Artikel ini menunjukkan bagaimana desain grafis dapat memperkuat brand identity sekaligus menjadi media storytelling yang menarik untuk menambah awareness terhadap brand.

Kata Kunci: branding, desain grafis, merchandise, enamel pin, Expat Roasters

ABSTRACT

This article discusses the design process of enamel pin merchandise at Expat Roasters as part of a consistent and strong visual branding strategy. Through the MBKM internship program, the author participated in the Expat Roasters design division to design three series of enamel pins: Regular, Regional, and Building. Each series was designed using a monoline visual style, the brand's signature color palette, and visual storytelling to enhance the emotional connection with customers. The methods used in this process included observation, interviews, and documentation. The result is a production-ready design that is visually and strategically effective. This article illustrates the role of graphic design in reinforcing brand identity and functioning as a compelling storytelling tool to increase brand awareness.

Keywords: branding, graphic design, merchandise, enamel pin, Expat Roasters

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, tren perilisan merchandise eksklusif oleh berbagai brand mengalami peningkatan yang signifikan. Merchandise kini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga berkembang menjadi bagian dari strategi branding yang mampu memperkuat identitas merek, membangun komunitas, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut penelitian oleh Ni Luh Made Kartika Dewi dan Eka Sulisyawati (2020), strategi merchandising yang efektif terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya loyalitas terhadap suatu merek.

Expat Roasters, sebuah brand kopi spesialti asal Bali, menjadi salah satu contoh brand yang berhasil memanfaatkan potensi merchandise sebagai bagian dari strategi brand identity mereka. Sejak awal berdiri, Expat Roasters secara konsisten menghadirkan merchandise eksklusif seperti tumbler, kaos, tote bag, crewneck, dan enamel pin, yang keseluruhannya dirancang dengan mengedepankan identitas visual yang maskulin, minimalis, serta konsisten dalam penggunaan warna, tipografi, dan layout.

Salah satu produk merchandise yang paling diminati pelanggan adalah enamel pin. Dengan desain yang ringkas, harga yang relatif terjangkau, dan nilai estetika yang tinggi, enamel pin menjadi collectible item yang memperkuat keterikatan emosional antara brand dan konsumennya. Hingga saat ini, Expat Roasters telah merilis enam desain enamel pin yang dijual secara offline di berbagai store dan juga melalui platform online resmi mereka.

Melihat antusiasme tinggi dari pasar, Expat Roasters melihat peluang untuk menghadirkan seri enamel pin terbaru. Namun, di tengah dinamika tren desain dan ekspektasi konsumen akan tampilan yang lebih segar, muncul tantangan untuk menciptakan desain baru yang tetap relevan, namun tidak meninggalkan karakter khas brand yang telah terbangun. Untuk menjawab tantangan tersebut, digunakan pendekatan desain bergaya monoline dan flat color, dengan tetap menggunakan palet warna resmi brand guna menjaga konsistensi visual.

Selain pendekatan visual, seri enamel pin ini juga dirancang dengan mengangkat tema yang lebih dekat dengan keseharian pelanggan Expat Roasters, seperti produk best-seller, lokasi-lokasi store, hingga karakteristik daerah tempat cabang Expat Roasters berada. Desain ini diharapkan tidak hanya memperkuat identitas visual, tetapi juga menjadi media storytelling yang mencerminkan perjalanan dan perkembangan Expat Roasters sebagai brand kopi spesialti yang berpengaruh di Indonesia.

Berangkat dari konteks tersebut, artikel ini akan membahas bagaimana merumuskan dan mengembangkan konsep desain enamel pin yang fresh dan kekinian tanpa menghilangkan esensi identitas visual Expat Roasters. Artikel ini disusun berdasarkan pengalaman praktik magang di Expat Roasters, sekaligus menjadi bentuk kontribusi mahasiswa dalam pengembangan strategi visual brand melalui media merchandise.

METODE

a. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan magang dilakukan selama enam bulan, terhitung dari Februari hingga Agustus 2025. Kegiatan magang dilaksanakan secara langsung di head office Expat Roasters dengan sistem lima hari kerja dalam seminggu, setiap hari Senin hingga Jumat, dengan kehadiran dicatat melalui sistem absensi melalui aplikasi StaffAny yang akan cek berkala oleh HRD. Selama menjalani magang, mahasiswa ditempatkan dalam tim marketing dibawah supervisi tim desain yang terdiri atas seorang senior desainer grafis dan junior desainer grafis. tim desain bertanggung jawab atas pembuatan elemen visual dan media promosi perusahaan dengan berkoordinasi bersama brand manager. Alur kerja dalam tim desain dimulai dari request desain yang datang dari tim marketing atau lainnya, yang diterima oleh senior desain grafis dengan brief dan detail seperti copywriting, gambar, maupun konsep yang diinginkan, yang selanjutnya oleh senior desain grafis akan didelegasikan untuk masing masing tugas kepada junior dan intern, berdasarkan tingkat kesulitan atau skala prioritas.

Dalam pengerjaan desain dimulai dengan brainstorming dan mencari referensi yang relevan bersama dengan senior desain grafis, yang dilanjutkan dengan pembuatan draft awal desain dalam beberapa opsi atau pilihan yang dikoordinasikan bersama senior desain grafis, draft desain yang sudah selesai akan berikan kepada brand manager untuk ditinjau dan kurasi untuk memastikan arah visual telah sesuai dengan identitas merek atau brand dari Expat Roasters. Desain yang telah disetujui oleh brand manager dengan

penyesuain atau perbaikan yang dibutuhkan. Desain yang sudah final akan diunggah ke dalam Google Drive dengan penamaan file dan lokasi penyimpanan sesuai standar tim desain untuk memastikan file mudah untuk diakses semua tim di dalam drive bersama.

Tugas yang telah dikerjakan sangat beragam tergantung dari kebutuhan dan permintaan tim perusahaan, secara garis besar tugas yang diberikan mencakup dari desain promosi, berupa campaign, event, dan e commerce berupa digital maupun cetak, serta desain untuk kebutuhan operasional perusahaan seperti sign system, menu, tag harga, bar layout, dan lain sebagainya, yang untuk kebutuhan desain cetak, perlukan untuk menyiapkan proposal yang berisi detail seperti ukuran, bahan, dan layout yang disarankan. Dalam tim marketing, terdapat meeting mingguan dan bulanan yang membahas terkait campaign yang sedang berjalan maupun yang akan datang, dengan pembahasan terkait detail campaign, turunan materi desain yang dibutuhkan berikut brief dan konsep desain yang diinginkan. Selain meeting campaign terdapat pula meeting evaluasi, yang membahas terkait pencapaian, kendala, dan saran untuk lebih baik, dari setiap tim yang ada di marketing.

b. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan sepanjang periode magang, dengan menggunakan tiga metode utama: observasi langsung, wawancara informal, dan studi kepustakaan. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk mendukung proses

magang dan perancangan desain enamel pin serta menjawab kebutuhan visual dan branding perusahaan.

- Observasi langsung dilakukan terhadap aktivitas tim desain, mencakup proses permintaan desain, diskusi konsep, hingga tahap produksi merchandise. Observasi ini memberikan pemahaman nyata mengenai alur komunikasi dan struktur kerja tim.
- Wawancara informal dilakukan dengan Senior Graphic Designer dan Brand Manager guna menggali informasi mengenai gaya visual brand, target pasar, serta aspek teknis dalam produksi enamel pin.
- Studi kepustakaan digunakan untuk memperkuat landasan konseptual, dengan menelusuri referensi terkait tren visual dalam industri kopi, desain enamel pin, dan strategi branding produk.
- Dokumentasi digunakan untuk memperkuat landasan empiris

- sekaligus sebagai upaya pengarsipan, dengan menghimpun foto kegiatan, laporan mingguan, laporan akhir, serta proposal desain yang merekam keterlibatan langsung dalam proses magang

Hasil dari ketiga metode pengumpulan data tersebut menjadi dasar utama dalam pelaksanaan magang. Informasi dari wawancara digunakan untuk merancang desain yang sesuai dengan identitas visual brand, sementara temuan dari observasi membantu menyesuaikan alur kerja dan gaya komunikasi tim. Referensi dari studi kepustakaan kemudian diterapkan dalam pembuatan moodboard, simulasi visual, serta pengembangan katalog, sehingga seluruh proses desain berjalan secara terarah dan terintegrasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep desain

Perancangan enamel pin di Expat Roasters diawali melalui proses brainstorming yang dilakukan secara mandiri, dengan menggali potensi enamel pin sebagai media visual yang bukan hanya menarik secara estetika, tetapi juga memiliki nilai fungsi sebagai merchandise koleksi yang memperkuat keterikatan emosional pelanggan terhadap brand. Pada tahap awal, dilakukan pencarian referensi dari koleksi enamel pin Expat Roasters sebelumnya, serta dari tren visual di industri kreatif yang relevan.

Proses eksplorasi ide dilakukan dengan mempertimbangkan dua aspek utama: identitas visual Expat Roasters dan bagaimana desain enamel pin dapat memperkuat brand presence sekaligus memberikan pengalaman kolektibel yang bermakna bagi pelanggan. Melalui analisis visual dan pendekatan intuitif terhadap brand, lahirlah gagasan untuk mengembangkan tiga seri utama dengan karakter dan tujuan yang berbeda:

1. Seri Reguler, yang merupakan lanjutan dari koleksi sebelumnya dengan menampilkan produk - produk khas Expat Roasters, seperti gelas kopi, kemasan, dan ikon visual yang relevan dengan brand



Gambar 1. Enamel pin seri regular
Sumber: Dokumentasi Kusuma, 2025

2. Seri Daerah, yang menampilkan ikon lokal dari lokasi cabang Expat Roasters, seperti elemen budaya atau landmark kota, dikombinasikan dengan ilustrasi takeaway cup Expat Roasters.



Gambar 2. Enamel pin seri regular
Sumber: Dokumentasi Kusuma, 2025

3. Seri Bangunan, yang mengangkat ilustrasi bangunan fisik dari store Expat Roasters yang memiliki arsitektur ikonik dan khas.



Gambar 3. Enamel pin seri regular
Sumber: Dokumentasi Kusuma, 2025

Setiap desain dalam Seri Daerah dan Seri Bangunan dilengkapi dengan story card yang berisi narasi tentang sejarah, tema, dan tahun pembukaan masing-masing lokasi. Penambahan elemen cerita ini bertujuan untuk memperkuat brand awareness, dengan menghadirkan pengalaman yang lebih personal dan informatif bagi pelanggan. Melalui storytelling visual dan naratif ini, konsumen diajak untuk mengikuti perjalanan Expat Roasters dari awal berdiri hingga pencapaian saat ini. Konsep ini tidak hanya memperkuat hubungan desain dengan identitas brand, tetapi juga menambahkan dimensi emosional yang memperkaya pengalaman pelanggan terhadap produk visual yang ditawarkan.

Selain sebagai media naratif, enamel pin ini juga berpotensi sebagai item koleksi (collectible item) yang memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Masing-masing seri dirancang untuk mencerminkan karakter unik dan identitas visual tiap store, sehingga setiap pin tidak hanya merepresentasikan brand secara keseluruhan, tetapi juga menjadi simbol eksklusif dari masing-masing lokasi. Pendekatan ini mendorong pelanggan untuk tidak hanya memiliki satu, tetapi mengoleksi seluruh seri sebagai bentuk keterlibatan dan apresiasi terhadap brand Expat Roasters.

B. Proses desain

Proses perancangan enamel pin di Expat Roasters dilakukan melalui serangkaian tahapan teknis yang sistematis dan mengacu pada

standar prosedur perusahaan. Setiap tahap dirancang untuk memastikan bahwa hasil akhir tidak hanya memenuhi kebutuhan estetika visual, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan produksi serta identitas merek. Seluruh tahapan dilaksanakan secara mandiri oleh penulis, dengan supervisi dan masukan berkala dari tim desain serta manajemen brand. Adapun tahapan tersebut meliputi:

a. Pencarian Referensi Visual

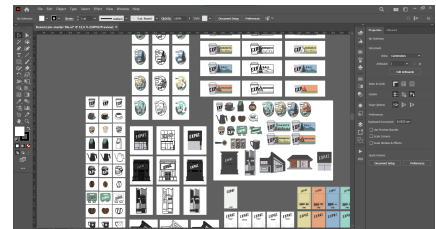
Tahap awal dimulai dengan kegiatan eksplorasi visual untuk mengumpulkan referensi yang relevan dengan tema desain. Sumber referensi berasal dari dokumentasi internal perusahaan, termasuk foto produk, gambar bangunan store Expat Roasters, dan elemen visual lain yang mencerminkan identitas masing-masing cabang. Selain itu, penulis juga mengakses sumber eksternal seperti media sosial brand, katalog desain sebelumnya, serta tren, desain enamel pin terkini. Tujuan dari tahap ini adalah untuk membangun pemahaman visual yang kuat sebelum masuk ke tahap ilustrasi, sekaligus memastikan desain yang dihasilkan tetap konsisten dengan citra brand.



Gambar 4. Desain merchandise enamel pin
Sumber: Dokumentasi Expat Roasters, 2016

b. Ilustrasi Digital (Vector Tracing)

Setelah referensi terkumpul, tahap berikutnya adalah pembuatan ilustrasi digital menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator. Objek-objek yang telah dipilih di tracing ulang menggunakan fitur Pen Tool, dengan tujuan untuk menghasilkan gambar berbasis vektor yang tajam, presisi, dan fleksibel dalam proses produksi. Tracing dilakukan dengan mempertimbangkan komposisi bentuk, warna, dan keterbacaan dalam ukuran kecil, mengingat ukuran fisik enamel pin yang relatif terbatas. Penyesuaian warna juga dilakukan agar tetap sesuai dengan brand color palette Expat Roasters.

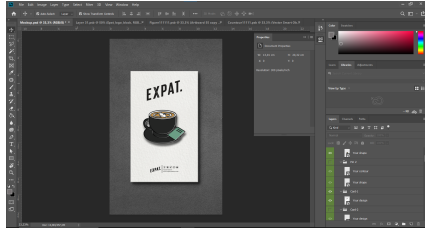


Gambar 5. Proses pembuatan tracing vektor
Sumber: Dokumentasi Kusuma, 2025

c. Pembuatan Mockup

Setelah tahap ilustrasi selesai, desain diekspor dalam format PNG beresolusi tinggi dan diproses lebih lanjut di Adobe Photoshop untuk membuat mockup. Mockup ini digunakan sebagai media stimulasi visual untuk memperlihatkan bagaimana desain akan terlihat ketika diaplikasikan ke bentuk enamel pin fisik. Tahap ini sangat

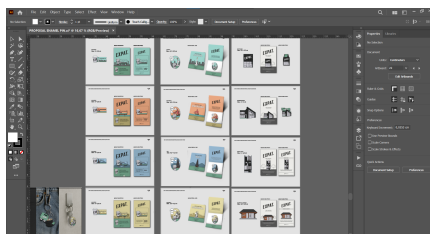
penting untuk keperluan presentasi internal, karena memungkinkan tim manajemen melihat pratinjau produk secara lebih nyata sebelum tahap finalisasi.



Gambar 6. Pembuatan mockup enamel pin
Sumber: Dokumentasi Kusuma, 2025

d. Penyusunan Proposal Desain

Desain mockup yang telah disetujui kemudian disusun ke dalam proposal desain menggunakan Adobe Illustrator, dengan mengikuti template dan standar layout perusahaan. Proposal ini berfungsi sebagai dokumen resmi yang memuat informasi lengkap tentang desain enamel pin, mulai dari visual utama, ukuran fisik, bahan yang akan digunakan (misalnya: hard enamel, soft enamel, atau metal finish tertentu), serta contoh aplikasi visual dalam bentuk mockup. Dokumen proposal ini digunakan dalam proses review internal dan dapat digunakan sebagai acuan dalam produksi apabila desain disetujui untuk direalisasikan.



Gambar 14. Pembuatan proposal enamel pin
Sumber: Dokumentasi Kusuma, 2025

e. Revisi dan Finalisasi

Setiap tahapan yang telah diselesaikan kemudian melalui proses evaluasi secara internal. Revisi dilakukan berdasarkan masukan dari tim desain dan brand manager, baik yang bersifat estetika visual maupun teknis produksi. Beberapa penyesuaian yang umum dilakukan mencakup penyesuaian komposisi, penambahan elemen pendukung, atau penyederhanaan bentuk agar lebih sesuai dengan batasan teknis dalam produksi enamel pin. Proses revisi dilakukan secara bertahap hingga desain mencapai bentuk final yang siap diproduksi.

Dengan pendekatan ini, proses perancangan enamel pin tidak hanya menjadi sarana penerapan keterampilan teknis dalam desain grafis, tetapi juga memberikan pengalaman nyata dalam menjalankan alur kerja profesional di industri kreatif. Setiap tahapannya membuka wawasan baru mengenai pentingnya presisi, konsistensi brand, dan kolaborasi dalam menghasilkan karya desain yang tidak hanya fungsional, tetapi juga memiliki nilai estetis dan strategis.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan Magang/Praktik Kerja yang telah dilaksanakan di Expat Roasters, dapat disimpulkan bahwa tujuan dan rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya dapat dijawab melalui hasil pelaksanaan magang sebagai berikut:

1. Terkait perumusan konsep desain enamel pin yang fresh namun tetap merepresentasikan identitas visual Expat Roasters, telah berhasil dirumuskan melalui proses eksplorasi elemen visual brand secara terarah. Unsur seperti palet warna, gaya ilustrasi, dan tone komunikasi visual tetap dipertahankan untuk menjaga konsistensi identitas, serta unsur kedaerahan yang merepresentasikan kebanggaan lokal turut diolah untuk memperkuat narasi visual, sambil diberikan sentuhan visual yang modern dan relevan dengan tren desain kontemporer.
2. Proses perancangan desain enamel pin agar tetap merepresentasikan identitas visual Expat Roasters namun tampil fresh dan sesuai tren kontemporer telah dilaksanakan melalui tahapan yang sistematis. Perancangan diawali dengan diterimanya brief dari tim internal, yang kemudian direspons melalui diskusi bersama supervisor serta pencarian referensi visual yang relevan. Konsep desain dikembangkan melalui eksplorasi elemen visual dan penyusunan ilustrasi berbasis vektor dalam beberapa opsi. Setelah itu, desain disimulasikan dalam bentuk mockup digital dan disesuaikan dengan ketentuan teknis produksi, seperti pembatasan jumlah warna, penggunaan garis logam sebagai outline, serta penyesuaian ukuran fisik agar proporsional. File desain kemudian disusun dalam format siap cetak dan dilengkapi dengan proposal desain yang

memuat rincian teknis untuk kebutuhan produksi. Pada tahap akhir, desain dikurasi dan dievaluasi oleh Brand Manager untuk memastikan kesesuaian visual terhadap identitas merek. Melalui keterlibatan langsung selama proses berlangsung, pemahaman terhadap alur kerja profesional, standar kualitas desain, serta ketentuan produksi fisik dinilai telah berhasil ditingkatkan secara signifikan.

Secara umum, kegiatan magang ini tidak hanya berhasil menjawab rumusan masalah yang ditetapkan, tetapi juga memberikan pengalaman nyata dalam menerapkan teori desain grafis ke dalam praktik profesional. Selain itu, pemahaman mengenai visual branding, pengelolaan aset desain, dan proses produksi merchandise telah berkembang secara signifikan, serta memperkuat kesiapan untuk terjun ke dunia kerja kreatif secara lebih percaya diri dan kompeten.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, A. F., & Setiawan, A. (2022). *Perancangan merchandising Pijar Park sebagai wana wisata untuk daya tarik wisata*. Jurnal Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Semarang. <https://jurnal.unnes.ac.id/sju/index.php/dkv/article/view/21914>
- Futuramo Blog. (2023). *From concept to reality: How to design enamel pins for your brand promotion*. <https://futuramo.com/blog/from-concept-to-reality-how-to-design-enamel-pins-for-your-brand-promotion/>
- Hoeng, M. (2019). Merchandise sebagai pendukung visual branding kekayaan intelektual. *Jurnal Sains dan Riset*, 8(2), 1–10.

<https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jsrr/article/view/8236>

Humas UPI. (2024, Oktober 10). *Opini: Merchandise strategi promosi efektif dalam meningkatkan brand awareness*. <https://humas.upi.edu/opini-merchandise-strategi-promosi-efektif-dalam-meningkatkan-brand-awareness/>

Lesmana, N., & Prajarini, D. (2022). *Perancangan merchandise dan desain kemasan “E Space Coffee” di Cirebon sebagai sarana promosi dan penguat identitas* [Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia]. <https://repository.upi.edu/83956/>

Nasution, R. I. (2022). *Perancangan desain merchandise sebagai media promosi Yayasan Janahita Mandala Ubud* [Skripsi, ISI Surakarta]. <https://repository.isi-ska.ac.id/9152/>

Pratama, A. D., & Nisa, D. A. (2023). *Perancangan merchandise untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan media pendukung Thrift Second* [Skripsi, Universitas Jember]. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/13379>

Putri, Z. D. P., & Ayuswantana, A. C. (2023). *Perancangan desain kaos sebagai visual merchandise di PT. Urban Spasial Indonesia* [Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia]. <https://repository.upi.edu/81234/>