

PERANCANGAN DESIGN PRODUCT MERCHANDISE DI PT CAHAYA ANGGA DEWATA

I Kadek Sukrawinata

Dr. I Nyoman Larry Julianto S.Sn., M.Ds

Putu Wahyuning Sri Purnami,S.Ds.,M.Sn

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut
Seni Indonesia Denpasar

Email: [sukrawinata32@gmail.com]

Abstrak

Kegiatan studi independen ini bertujuan untuk mengetahui prosedur perancangan desain merchandise serta sistem manajemen yang diterapkan oleh PT Cahaya Angga Dewata. Program ini menjadi sarana pengembangan kompetensi mahasiswa Desain Komunikasi Visual melalui penerapan ilmu yang telah dipelajari di kampus. Pelaksanaan berlangsung selama satu semester, dengan metode observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa proses perancangan desain merchandise memerlukan perencanaan yang matang, penguasaan keterampilan teknis, serta koordinasi yang efektif dalam tim kreatif. Produk yang dihasilkan, seperti kaos, totebag, stiker, dan gantungan kunci, mengangkat unsur budaya Bali dengan pendekatan modern dan minimalis. Kegiatan ini memberikan pengalaman praktis dalam dunia kerja kreatif serta wawasan tentang pentingnya desain sebagai media storytelling budaya.

Kata kunci: desain, merchandise, budaya Bali

Abstract

This independent study aims to understand the merchandise design process and the management system implemented by PT Cahaya Angga Dewata. The program serves as a platform for Visual Communication Design students to apply their academic knowledge in a professional setting. Conducted over one semester, the study employed observation, interviews, literature review, and documentation methods. The results indicate that merchandise design requires careful planning, mastery of

technical skills, and effective team coordination. The produced items, such as T-shirts, tote bags, stickers, and keychains, incorporate Balinese cultural elements with a modern and minimalist approach. This activity provided practical experience in the creative industry and insights into design as a medium for cultural storytelling.

Keywords: design, merchandise, Balinese culture

Pendahuluan

Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) memberi kesempatan mahasiswa untuk belajar di luar kampus dan terjun langsung ke dunia industri. PT Cahaya Angga Dewata dipilih sebagai mitra karena kiprahnya dalam memproduksi oleh-oleh khas Bali, baik di bidang kuliner maupun fashion. Perusahaan ini memadukan nilai tradisi dengan sentuhan modern, khususnya dalam lini merchandise yang menjadi fokus kegiatan magang ini. Rumusan masalah penelitian ini mencakup: (1) bagaimana manajemen dan koordinasi pengerjaan merchandise, serta (2) bagaimana proses perancangannya. Tujuannya adalah menambah wawasan mahasiswa mengenai pengembangan desain produk sekaligus memahami dinamika kerja industri kreatif.

Hasil dan Pembahasan

1. Perencanaan Desain

Pembuatan jadwal dan konsep disesuaikan dengan identitas brand. Menggunakan style *cleaning illustrations* untuk kesan segar dan modern.

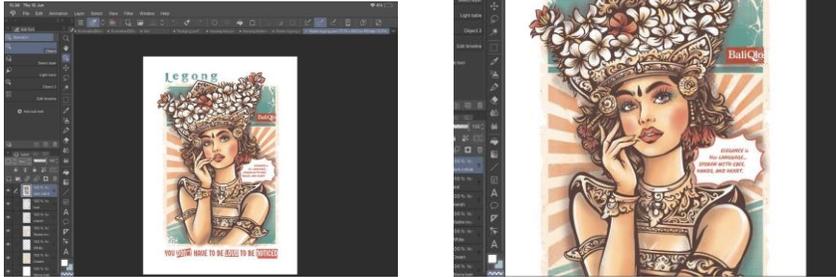
2. Sketsa Digital

Tahap awal berupa pembuatan sketsa secara digital berdasarkan arahan Project Manager.



3. Pewarnaan

Menggunakan warna dominan cerah dan primer sesuai gaya visual perusahaan.



4. Tipografi

- **Montserrat** untuk judul tegas dan modern.
- **Retro Vibes** untuk nuansa retro pada judul tertentu.
- **Source Sans Pro** untuk teks isi yang minimalis dan mudah dibaca.

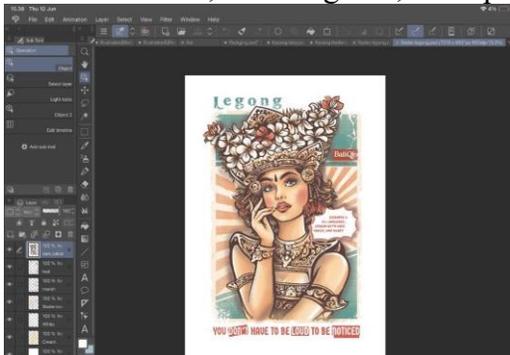
Montserrat
Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz
1234567890



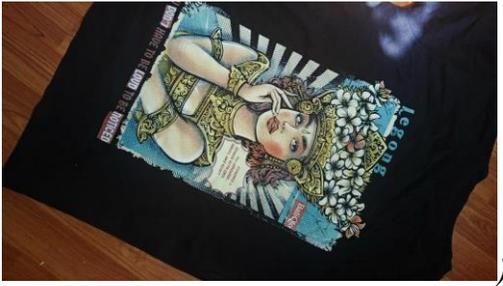
5. Layouting

Menata ilustrasi, elemen grafis, dan tipografi sesuai proporsi visual.



6. Implementasi Desain

Desain diadaptasi ke berbagai media cetak, seperti kaos, tote bag, stiker, dan gantungan kunci.



Kesimpulan

Perancangan desain merchandise di PT Cahaya Angga Dewata terbukti menjadi strategi efektif untuk memperkuat identitas merek sekaligus memperluas pasar. Proses terstruktur mulai dari riset, sketsa, hingga implementasi, memudahkan tercapainya kualitas produk yang sesuai harapan. Perusahaan disarankan terus mengadopsi tren desain terbaru, memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, dan mempertimbangkan bahan ramah lingkungan.

Daftar Pustaka

- Anggraini, D., & Nathalia. (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: PT Gramedia.
- Dameria, A. (2007). *Color Basic: Panduan Dasar Warna*. Jakarta: Link & Match Graphic.
- Lupton, E.,

Hasil dan Pembahasan

Proses perancangan desain merchandise dimulai dari briefing, pembuatan sketsa, pewarnaan, tipografi, hingga layouting dan implementasi produk. Konsep yang digunakan adalah cleaning illustrations dengan dominasi warna cerah dan tipografi sans serif seperti Montserrat, Retro Vibes, dan Source Sans Pro. Produk yang dihasilkan mencakup kaos, totebag, stiker, dan gantungan kunci, yang memadukan ikon-ikon budaya Bali dengan gaya modern minimalis. Target pasar adalah remaja hingga dewasa, dengan fokus pada wisatawan. Pengalaman magang ini memperlihatkan bahwa keberhasilan desain tidak hanya ditentukan oleh estetika

visual, tetapi juga oleh efisiensi produksi, pemahaman target pasar, dan kekompakan tim kreatif.

Kesimpulan

Kegiatan studi independen di PT Cahaya Angga Dewata memberikan pemahaman menyeluruh mengenai proses perancangan merchandise dari tahap konsep hingga implementasi. Desain yang kuat dapat memperkuat citra merek sekaligus menjadi media storytelling budaya Bali. Untuk pengembangan ke depan, disarankan penggunaan bahan ramah lingkungan dan eksplorasi tren visual yang relevan dengan pasar wisata.

Daftar Pustaka

Dameraia, Anne. 2007. Color Basic: Panduan Dasar Warna untuk Desainer & Industri Grafika. Jakarta: Link & Match Graphic.

Lupton, Ellen & Phillips, J.C. 2008. Graphic Design: The New Basics. NY: Princeton Architectural Press.

Nugraha, Ali. 2008. Pengembangan Pembelajaran Sains Pada Anak Usia Dini. Bandung: LSI Foundation.

Sanyoto, Ebd. 2005. Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain. Yogyakarta: Arti Bumi Intara.

Wheeler, Alina. 2018. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. Canada: John Willey & Sons.