

**MERCHANDISE DESIGN AS PT RADIO CHANDRA TARUNA PROMOTION****PERANCANGAN MERCHANDISE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT. RADIO CHANDRA TARUNA****Ivan Trifandianto** ✉

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel*Sejarah Artikel:*

Diterima Maret 2020

Disetujui Mei 2020

Dipublikasikan Juli 2020

*Keywords:***Design, Merchandise,
Promotion Media, Radio,
PT Radio Chandra
Taruna, RCT FM****Abstrak**

Radio merupakan salah satu media informasi yang menjadi makanan sehari-hari oleh masyarakat. Keberadaan radio dalam kehidupan masyarakat tentunya tidak lepas dari fungsi radio sebagai media informasi maupun untuk hiburan. Di Semarang banyak sekali radio swasta yang hadir untuk menyajikan hiburan serta informasi, salah satunya Radio Chandra Taruna (RCT FM) yang merupakan radio kawakan di Kota Semarang. Radio ini berlokasi di Kawasan Bukitsari, Banyumanik, Semarang. Di Semarang banyak sekali radio kompetitor yang menjadi pesaing dari Radio Chandra Taruna (RCT FM) itu sendiri. Sehingga perlu adanya upaya, guna membangun citra perusahaan dan loyalitas pendengar agar pendengar dapat setia mendengarkan RCT FM dan menarik calon pengiklan di radio ini. Tujuan proyek studi ini adalah menghasilkan rancangan *merchandise*, yang pada desain *merchandise* tersebut diimbuhkan elemen ilustrasi yang menggambarkan peran RCT FM sebagai radio yang memberikan informasi serta hiburan. Sehingga dapat meningkatkan daya tarik calon pendengar dan calon pengiklan serta menambah loyalitas pendengar lama. Proses perancangan *merchandise* melalui beberapa tahapan proses berkarya dengan urutan proses pra produksi, proses produksi, dan proses pasca produksi. Hasil jadi perancangan *merchandise* PT. Radio Chandra Taruna berdasarkan jenisnya yaitu, berupa *T-Shirt* (kaos), *tote bag*, tumbler, *notebook* (buku catatan), mug, *hand fan* (kipas tangan), dan gantungan kunci. Dengan adanya perancangan *merchandise* ini diharapkan dapat membantu PT. Radio Chandra Taruna membangun citra dirinya pada *audience*, memberikan nilai tambah, dan membuat PT. Radio Chandra Taruna mampu bersaing dengan kompetitornya.

Abstract

Radio is one of the information media that is a daily food by the community. The existence of radio in people's lives certainly cannot be separated from the function of radio as a medium of information and for entertainment. In Semarang, there are a lot of private radios present to entertain entertainment and information, one of them is Chandra Taruna Radio (RCT FM) which is a seasoned radio in Semarang City. This radio is in the Bukitsari Region, Banyumanik, Semarang. In Semarang there are a lot of radio competitors who are competitors of Radio Chandra Taruna (RCT FM) itself. So there needs to be an effort, to build a corporate image and listener loyalty so that listeners can faithfully listen to RCT FM and attract potential advertisers on this radio. The aim of this study project is to produce a merchandise design, which illustrates the elements of the merchandise design that illustrates the role of RCT FM as a radio that provides information and entertainment. So that it can increase the attractiveness of prospective listeners and prospective advertisers and increase the loyalty of old listeners. The process of designing merchandise through several stages of the process of creating the sequence of pre-production processes, production processes, and post-production processes. The results of the design of merchandise PT. Radio Chandra Taruna based on its type namely, in the form of t-shirts, tote bags, tumblers, notebooks, mugs, hand fans, and key chains. With the design of this merchandise is expected to help PT. Radio Chandra Taruna built its self-image to the audience, added value, and made PT. Radio Chandra Taruna can compete with its competitors.

© 2020 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung B5 Lantai 2 FBS Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

Email : ivantri@student.unnes.ac.id

ISSN 2252-7516

E-ISSN 2721-8961

PENDAHULUAN

Radio merupakan salah satu media informasi yang menjadi makanan sehari-hari oleh masyarakat. Keberadaan radio dalam kehidupan masyarakat tentunya tidak lepas dari fungsi radio sebagai media informasi maupun untuk hiburan. Secara fungsi audio di masa Charles Herrold pada tahun 1912 (Triartanto, 2010:24), radio siaran secara reguler telah memiliki daya pikat cukup potensial sebagai media aural, yang bisa didengar. Kemampuan radio sebagai media penyampai pesan suara tak diragukan. Maka tak heran hingga kini, radio masih dapat diandalkan sebagai media penyampai informasi aktual. Pada masa sekarang masih banyak yang menggunakan radio sebagai media informasi maupun hiburan dalam kehidupan sehari-hari. Seperti yang dijelaskan pada artikel yang ditulis oleh RG (2019) di *website* resmi Komisi Penyiaran Indonesia, radio masih diminati dan cenderung naik untuk tingkat persentasenya. Hal tersebut terjadi karena radio saat ini sudah banyak yang berkonvergensi menjadi digital. Sehingga radio tidak hanya didengarkan secara konvensional, tapi bisa didengarkan secara digital (*streaming*).

Di Semarang, banyak sekali stasiun radio yang mengudara. Baik swasta, komunitas maupun radio kampus (universitas). Radio Chandra Taruna (RCT FM) merupakan radio *kawakan* yang tentunya mempunyai banyak pesaing pada ranahnya. Hal ini menjadikan seorang pemilik usaha harus mempunyai strategi dalam mempertahankan kelangsungan usaha yang dimiliki. Salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan melalui promosi. Media promosi paling umum yang digunakan dalam pemasaran produk atau jasa adalah, media

internet, brosur, poster, *banner*, televisi dan *merchandise* (Putradi, 2018). Dengan adanya media promosi tersebut, pengusaha dapat memaksimalkan untuk menaikkan atau memperluas nama dari usahanya.

Radio Chandra Taruna (RCT FM) merupakan radio swasta yang mempunyai banyak pesaing, maka dari itu diperlukanlah media promosi yang dapat menarik dan memperkuat loyalitas pendengar Radio Chandra Taruna (RCT FM). Sebab, promosi merupakan suatu hal yang sangat penting untuk mempertahankan usaha atau bisnis. Maka, perusahaan perlu menyadari upaya mengintegrasikan berbagai kegiatan komunikasi pemasaran yang selama ini dilakukan secara terpisah. Kegiatan komunikasi pemasaran itu mencakup periklanan maupun melalui alat-alat komunikasi pemasaran lainnya, seperti humas (*public relation*), pemasaran langsung (*direct marketing*), penjualan personal (*personal selling*) dan promosi penjualan (*sales promotion*). Menurut Pujiriyanto (2005:15), dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran, diperlukannya media promosi sebagai alat perantara komunikasi tersebut yang memiliki arti untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, *image*, perusahaan atau yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas.

Promosi dapat dilakukan dalam berbagai cara. Banyak media yang digunakan sebagai alternatif dalam berpromosi, akan tetapi ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memilih media promosi yang akan dipakai. Mengingat pentingnya ketepatan dalam memilih media promosi, maka langkah awal yang diperhatikan adalah siapa 'target *audiens*' yang akan dicapai. Maka dari itu, perlu adanya riset

agar penentuan media promosi yang akan dibuat lebih tepat dan sesuai dengan target yang dituju. Sesuai dengan riset yang telah dilakukan kepada Radio Chandra Taruna (RCT FM), perusahaan tersebut memerlukan media promosi secara tercetak sebagai peningkatan *branding* dan untuk menarik serta meningkatkan minat pendengar untuk tetap loyal dalam mendengarkan dan berpartisipasi dalam setiap kegiatan Radio Chandra Taruna (RCT FM).

Penentuan media promosi yang dikembangkan dalam perancangan ini berdasarkan analisis kebutuhan berupa analisis SWOT dari media promosi yang ada, guna merumuskan konsep perancangan media promosi yang lebih memadai. Analisis SWOT tersebut meliputi analisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) serta ancaman (*threats*). Berdasarkan hasil analisis SWOT dapat dirumuskan konsep media promosi yang digunakan untuk mempromosikan RCT FM, media promosi tersebut merupakan promosi penjualan (*sales promotion*) yang berupa *merchandise*. *Merchandise* yang dibuat mempunyai fungsi sebagai *branding*, pengingat pendengar terhadap jasa dan hiburan yang ditawarkan oleh perusahaan, serta dapat digunakan untuk alternative media promosi PT. Radio Chandra Taruna (RCT FM). Demi meningkatkan efektifitas strategi promosi yang dilakukan. RCT FM memilih beberapa media promosi yang akan dikembangkan melalui *merchandise* berupa *T-Shirt*, *notebook* (buku catatan), *tumbler*, *tote bag*, kipas, *mug* dan gantungan kunci, yang dijadikan pilihan sebagai promosi tercetak RCT FM.

Perancangan media-media tersebut secara umum berciri seru dan menyenangkan.

Pemilihan ilustrasi sebagai elemen dalam desain *merchandise* membantu menjadikan *merchandise* tersebut menjadi lebih menarik. Daftar ilustrasi yang akan dibuat adalah berdasarkan peran Radio Chandra Taruna (RCT FM) sebagai media informasi dan hiburan masyarakat, jadi isi makna ilustrasi berkaitan tentang radio, siaran, serta apapun yang berkaitan tentang Radio Chandra Taruna (RCT FM) yang kemudian diaplikasikan ke berbagai *merchandise*. Dalam analisis SWOT tersebut yang menjadi masalah dan dapat dikembangkan dalam proyek studi ini ialah bagaimana rancangan media promosi yang dapat dihasilkan guna mempromosikan Radio Chandra Taruna (RCT FM), maka *merchandise* tersebut dapat dijadikan *special gift* ketika kuis atau *event* untuk pendengar dan juga dapat dijual sebagai tambahan pemasukkan radio serta meningkatkan citra perusahaan.

METODE BERKARYA

Metode berkarya dalam perancangan *merchandise* sebagai media promosi PT. Radio Chandra Taruna memiliki beberapa media yang mendukung proses perancangan. Media tersebut berupa alat dan bahan. Alat terdiri dari perangkat keras dan perangkat lunak. Perangkat keras meliputi komputer jinjing/*laptop*, *pen tablet*, *mouse optical*, *scanner*, pensi, dan penghapus, sedangkan untuk perangkat lunak berupa Clip Studi Paint dan Adobe Photoshop. Selain alat, bahan-bahan yang mendukung perancangan adalah kertas HVS ukuran A4, serta bahan-bahan *merchandise* yang diperlukan.

Dalam proses perancangan, dilakukan beberapa teknik pengerjaan. Tahap pertama yaitu sketsa kasar, sketsa menjadi acuan sebelum dilakukan tahapan lanjutan. Setelah

sketsa selesai, dilakukan proses digitalisasi dan pewarnaan. Setelah pewarnaan, dilakukan proses penataan atau *layouting* pada desain cetak *merchandise* atau pengaplikasian pada *merchandise* melalui *mockup*. Semua proses tersebut dilakukan melalui *software* Clip Studio Paint dan Adobe Photoshop. Selanjutnya proses produksi *merchandise* dalam berbagai macam.

Beberapa tahapan proses berkarya secara sistematis akan dijelaskan dalam bagan sebagai berikut:

Pra Porduksi

- Pengumpulan data
- Penetapan tujuan
- Analisis SWOT
- Analisis Kebutuhan *Client*
- Rumusan Konsep
- Strategi Media

Produksi

- Sketsa kasar
- *Scan*
- *Digitalisasi* ilustrasi
- *Layouting*
- Cetak *merchandise*

Pasca Produksi

- Penyajian Karya
- Publikasi

HASIL DAN PEMBAHASAN KARYA

Hasil yang dicapai dalam proyek studi ini adalah berupa *merchandise* yang digunakan sebagai media promosi PT. Radio Chandra Taruna. *Merchandise* yang dibuat adalah *T-Shirt*, *tote bag*, *mug*, *notebook*, *handfan* (kipas), *tumbler* dan gantungan kunci. *Merchandise* tersebut berciri seru dan menyenangkan. Pemilihan ilustrasi sebagai elemen dalam desain *merchandise* membantu menjadikan

merchandise tersebut menjadi lebih menarik. Daftar ilustrasi yang akan dibuat adalah berdasarkan peran Radio Chandra Taruna (RCT FM) sebagai media informasi dan hiburan masyarakat, jadi isi makna ilustrasi berkaitan tentang radio, siaran, serta apapun yang berkaitan tentang Radio Chandra Taruna (RCT FM) yang kemudian diaplikasikan ke berbagai *merchandise*.

Setelah melalui proses berkarya, perancangan karya ilustrasi dan aplikasinya pada media promosi *merchandise* PT. Radio Chandra Taruna ditunjukkan per-*item merchandise* beserta ilustrasi yang dibuat.

Desain *Merchandise T-Shirt*



Spesifikasi Karya

Karya : T-Shirt/ Kaos (01 & 02)
Judul : *Still Exist, Always Listen to RCT FM*
Media : *Print DTG di atas kain cotton combed 24s putih*
Tahun : 2020



Spesifikasi Karya

Karya : T-Shirt/ Kaos (03 & 04)
Judul : *Radio Broadcasts, Best Friend for Best Life*
Media : *Sablon di atas kain cotton combed 24s hitam*
Tahun : 2020

Desain Merchandise Tote Bag



Spesifikasi Karya

Karya : *Tote Bag (01 & 02)*
Judul : *#1 Hits Music Station, Radio for Your Information and Music*
Media : *Print DTG di atas kain baby canvas putih*
Tahun : 2020

Desain Merchandise Notebook



Spesifikasi Karya

Karya : *Notebook*
Judul : *Request and Greetings*
Media : *Ukuran A5 dan A6, hardcover isi polos*
Tahun : 2020

Desain Merchandise Tumbler



Spesifikasi Karya

Karya : *Tumbler (01 & 02)*
Judul : *Best Friend When Traffic Jams, Stay Tune on 10-12 RCT FM*
Media : *Tumbler T-200 (insert art paper)*
Tahun : 2020

Desain Merchandise Mug



Spesifikasi Karya

Karya : *Mug*
Judul : *Radio for Your Information and Music*
Media : *Print pada mug warna putih*
Tahun : 2020

Desain Merchandise Gantungan Kunci



Spesifikasi Karya

Karya : *Gantungan Kunci*
Judul : *Ilustrasi tentang RCT FM*
Media : *Cetak dua sisi (finishing doff)*
Tahun : 2020

Desain Merchandise Handfan



Spesifikasi Karya

Karya : *Handfan (Kipas Tangan)*
Judul : *Radio Apps on Your Phone*
Media : *Print Art Paper 230 gr (Laminasi doff)*
Tahun : 2020

SIMPULAN

Proyek studi yang berupa rancangan *merchandise* sebagai media promosi PT. Radio Chandra Taruna yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai alternatif dalam mempromosikan perusahaan, dengan beberapa rancangan tersebut PT. Radio Chandra Taruna tidak lagi hanya mengandalkan promosi melalui mulut ke mulut dan beberapa media tercetak seperti brosur dan baliho yang ditempatkan pada beberapa ruas jalan di Kota Semarang. Selain itu *merchandise* tersebut dapat digunakan sebagai *gift* untuk pendengar yang loyal dan ketika diadakannya event atau kuis maupun dijual kepada *fans* sebagai tambahan pendapatan untuk perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Komisi Penyiaran Indonesia. 2019. "Era Digital Tidak Mampu Matikan Industri Radio". Dalam <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-egeri/34982-era-digital-tidak-mampu-matikan-industri-radio>
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Putradi, Cris. 2018. "Macam-Macam Media Promosi Dalam Pemasaran Produk". Dalam <https://mgt-logistik.com/macam-macam-media-promosi/>

Triartanto, A. Ius Yudo. 2010. *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.