Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik dan Desain

http://jurnal.pradita.ac.id/index.php/jimtd

Perancangan *Merchandise Kit* Untuk Nadin Amizah Sebagai Media Promosi

Cleosa Amabel[1)*], **Ardi Makki Pantow Gunawan, B.A., M.F.A.** [2)]

[1] Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Pradita, Tangerang, Indonesia

[2] Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Pradita, Tangerang, Indonesia

Corresponding Author: cleosa.amabel@student.pradita.ac.id

Info Artikel

Artikel diterima:
01 Bulan 2024
Artikel direvisi:
01 Bulan 2024
Artikel diterbitkan:
01 Bulan 2024

Abstrak

Pada zaman sekarang banyak musisi pendatang baru di Indonesia, sehingga memiliki *image* promosi yang dapat menjadi ciri khas seorang musisi sangat diperlukan untuk memperkuat citra dan daya tarik seorang musisi. Nadin Amizah merupakan seorang musisi yang dalam karyanya memiliki makna yang mendalam. "Sorai", "Bertaut", dan "Rayuan Perempuan Gila" merupakan salah satu dari karya musiknya yang terkenal di masyarakat. Untuk mempertahankan citra Nadin Amizah di masyarakat diperlukan cinderamata yang unik sehingga dapat menjadi ciri khasnya. Dengan begitu terciptalah perancangan *merchandise kit* untuk Nadin Amizah sebagai media promosi.

Kata kunci: Cenderamata, Desain Cenderamata, Promosi, Musisi, Feminim

Abstract

Nowadays, many new musicians come to Indonesia, so having a promotional image that can be a characteristic of a musician is very necessary to strengthen the image and attractiveness of a musician. Nadin Amizah is a musician whose work has a deep meaning. 'Sorai', 'Bertaut', and 'Rayuan Perempuan Gila' are one of hers famous musical works in the community. To maintain Nadin Amizah's image in the community, a unique souvenir is needed so that it can be his signature. Thus, the design of a kit merchandise was created for Nadin Amizah as a promotional medium.

Keywords*: Merchandise Kit, Merchandise Kit Design, Promotion, Musician, Feminine*

1. PENDAHULUAN

Nadin Amizah, merupakan seorang penyanyi dan penulis lagu muda yang berbakat. Dengan jumlah pendengar di *spotify* sebanyak 10 juta jiwa per tanggal 18 maret 2025 dengan 3 lagunya yang paling populer adalah *"Bertaut"*, *"Sorai"*, dan *"Rayuan Perempuan Gila"* telah berhasil menarik perhatian banyak pendengar dengan karya-karyanya yang memiliki makna yang mendalam. "*Bertaut*" dengan 463jt pendengar, "*Sorai*" dengan 213jt pendengar, "*Rayuan Perempuan Gila*" dengan 209jt

pendengar. Di tengah banyaknya artis/musisi di Indonesia diperlukan media promosi yang efektif untuk mengingatkan publik kepadanya. Dikutip dari *jurnal.id* (2024), *Merchandise Kit* dapat menjadi strategi promosi yang efektif untuk memperkenalkan merek atau dalam hal ini merupakan seorang musisi untuk meningkatkan loyalitas dari penggemar setianya dan menambah popularitas seorang musisi.

Merchandise kit harus dapat mencerminkan karakter dan gaya musik Nadin Amizah, desain dari *merchandise* ini harus memiliki desain yang tepat untuk memperkuat citra merek dan daya tarik visual (Oktavian Akbar & Rio Ramadan, 2024). Menurut *CNN Indonesia (2023)*, *Merchandise* diciptakan agar lebih mudah mendapatkan perhatian publik. Dikutip dari Jurnal yang di tulis oleh Faisal Ihsan Khairullah dengan judul "Perancangan Merchandise Sebagai Media Promosi Museum Negeri MPU Tantular Di Kabupaten Sidoarjo" menurut Supeni & Al Hakim (2020) *Merchandise* adalah suatu barang yang memiliki nilai artistik dan juga nilai pakai. Menurut *Kotler & Keller (2016)*, *Merchandise* merupakan salah satu bentuk pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan membangun loyalitas audiens. Produk dari *merchandise* dapat berupa tas, baju, botol, dan gantungan kunci.

Dalam perancangan desain *merchandise kit* ini harus menerapkan prinsip desain yang ada. Mengutip dari artikel yang di unggah oleh *ruangguru.com* unsur yang perlu diperhatikan dalam sebuah perancangan adalah warna, gelap terang, tekstur, ilustrasi, dan tipografi. Tidak hanya harus memperhatikan unsur desain, berdasarkan artikel yang di unggah oleh P2DPT (2024) dalam perancangan juga harus memegang prinsip desain. Prinsip desain ini sendiri ada 10, yaitu: *unity, balance, contrast, emphasis, proportion, rhythm, simplicity, space, alignment,* dan *repetition.* Dengan begitu dalam perancangan desain dalam *Merchandise Kit* ini tidak hanya harus menerapkan prinsip desain dan memperhatikan unsur desainnya saja tetapi diperlukan sebuah penerapan identitas visual yang konsisten untuk memberikan kesan yang profesional dan mampu membangun kesan emosional kepada target audience, dikutip dari jurnal yang ditulis oleh Muh Ariffudin Islam (2018). Berdasarkan jurnal "Konsistensi Penggunaan Brand *Guidelines* Pada Materi Promosi Di Perguruan Tinggi Swasta" yang di tulis oleh Irwan Harnoko, Nugroho Widya Prio Utomo & Agung Zainal Muttakin Raden (2025), konsistensi penggunaan identitas merek merupakan kunci untuk membangun citra dan loyalitas konsumen, selain itu para konsumen dapat lebih cepat mengingat sebuah merek atau seorang artis.

Dalam perancangan *merchandise kit* ini yang menjadi referensi konsep utama perancangan adalah gaya berpakaian Nadin Amizah yang dimana gaya berpakaiannya sudah menjadi salah satu *brand image* Nadin Amizah yang dikenal oleh publik. Gaya atau *style* termasuk dalam salah satu cara untuk seseorang berkomunikasi dan mengekspresikan diri (Sintia Chany Hartono, Eri Naharani Ustazah, dan Bambang Tristiyono;2022). Nadin Amizah memiliki gaya berpakaian yang feminim dimana ia sering menggunakan pita, dress, dan korset. selain gaya berpakaiannya yang feminim, *stylenya* lebih mengarah ke *vintage style.* Berdasarkan artikel yang di unggah oleh Passionjewelry.co.id Vintage style adalah gaya modis yang mengacu pada penggunaan pakaian, aksesoris, dan sepatu yang memiliki kesan klasik dan nostalgia. dikutip dari RMSYNERGY.ID, Gaya berpakaian Nadin Amizah

sendiri penuh dengan karakter yang feminim dan Vintage. Nuansa dari pakaian yang ia pilih memberikan kesan tahun 60-an hingga 70-an.



GAMBAR 1. GAYA BERPAKAIAN NADIN AMIZAH. *SUMBER: PINTEREST*

Dikutip dari Jurnal "*Fashion* Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu" yang terbit pada tahun 2020, fesyen atau mode adalah implementasi yang penting dalam mengkomunikasikan citra diri seseorang di mata publik. Dengan begitu, konsep utama dari perancangan ini adalah gaya yang feminin dan memiliki makna yang tersirat dalam pemilihan produk dan desain. Hal tersebut dilakukan agar terus melakukan inovasi tetapi tidak meninggalkan ciri khas yang sudah ada (Jihan Bilqis & D. Arifiana; 2023) dan sesuai dengan sifat Nadin Amizah yang dalam pembuatan lagunya memiliki makna yang mendalam.

Dengan adanya perancangan *merchandise kit*, di harapkan Nadin Amizah dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan penggemar, sekaligus meningkatkan visibilitas kehadirannya dan citra diri yang konsisten di industri musik ataupun di dunia entertainment Indonesia. Melalui pembuatan *merchandise kit* ini, diharapkan dapat tercipta sebuah media promosi yang efektif dan memberikan dampak positif dalam memperkenalkan Nadin Amizah dengan kepada publik.

2. METODE PENELITIAN

Dalam perancangan *Merchandise Kit* ini dilakukan juga penelitian dengan menggunakan metode kualitatif. Data - data yang diperoleh dari melakukan wawancara dengan Tim sosial media Nadin Amizah yaitu Gina, Tim kreatif Nadin Amizah yaitu Yohanes dan Renaldy, dan melakukan wawancara dengan Stiven Suyanto (@stipeanut) sebagai salah satu orang yang sudah berpengalaman dalam pembuatan dan perancangan *merchandise.* Wawancara dengan tim sosial media serta tim kreatif Nadin Amizah ini dilakukan untuk memperoleh *insight* lebih tentang apa yang menjadi ciri khas seorang Nadin Amizah di mata publik. Selain itu, wawancara dengan Stiven dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara untuk memproses ide yang ada menjadi sebuah konsep perancangan.

Selain melalui wawancara, dilakukan juga studi literatur melalui *website* CNN Indonesia dengan judul artikel yaitu "Fungsi dan Manfaat *Merchandise",* jurnal yang berjudul "Perancangan *Merchandise* Sebagai Media Promosi Museum Negeri MPU Tantular Di Kabupaten Sidoarjo" yang membahas tentang fungsi dan manfaat *merchandise* sebagai salah satu media promosi sebuah brand. Dilakukan juga studi literatur yang dilakukan melalui jurnal mengenai perancangan *merchandise* yang di upload oleh Akbar. O dan Rahmada. R dalam jurnal perancangan yang mereka unggah dengan judul "Perancangan Desain *Packaging* untuk grup *Hip-hop* Klempong" dimana mereka membahas tentang bagaimana cara mempertahankan dan memilih desain yang sesuai dengan image sebuat grup. Studi literatur juga dilakukan dengan jurnal/artikel yang berhubungan dengan penelitian ini untuk menambah wawasan mengenai apa saja yang perlu diperhatikan dalam perancangan sebuah *merchandise.*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 HASIL WAWANCARA

Pada tanggal 11 Maret 2025, dilaksanakan wawancara dengan tim sosial media (Gina) dan tim kreatif (Renaldy dan Yohanes) dari Nadin Amizah secara *online* dengan menggunakan *Google Meet*. Berdasarkan pendapat tim Nadin Amizah, Nadin Amizah merupakan seorang artis yang humoris dan tau apa yang ia inginkan dalam karyanya. Berdasarkan pendapat Gina dan Renaldy, Karakteristik yang ditampilkan seorang Nadin Amizah adalah *style* berpakaiannya yang unik dan sangat *girlie*. Gaya berpakaian Nadin Amizah yang menjadi cirikhasnya adalah dimana ia sering menggunakan korset dan *dress* yang *flowy.*

Salah satu album Nadin Amizah yang berjudul "Untuk Dunia, Cinta, dan Kotornya" di ambil dari kisah percintaan Nadin Amizah, dimulai dari perasaannya yang merasa ragu apakah ia layak untuk dicintai, dimana ia menemukan cinta yang tidak menguras air matanya, dan diakhiri oleh Nadin yang berhasil mencintai dirinya sendiri karena ia berhasil menemukan orang yang juga mencintai dirinya, pernyataan tersebut diucapkan oleh Yohanes.

Selain melakukan wawancara dengan tim sosial media dan tim kreatif dari nadin amizah, dilakukan juga wawancara dengan Stiven Suryanto melalui *email.* Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai proses perancangan *merchandise* yang dilakukan oleh Stiven Suryanto. Proses perancangan *merchandise* ini sendiri membahas tentang bagaimana mengolah ide yang ada menjadi sebuah desain untuk *merchandise*.

Stiven sendiri memiliki pengalaman dalam *merchandising* selama 3 tahun dalam event. Dalam pembuatan *merchandise* sendiri harus memiliki *core value* yang bisa disampaikan kepada audiensnya dan harus terus berinovasi dan mengembangkan ide agar *brand* tersebut terus berkembang. Dalam pembuatan *merchandise* harus bisa menggabungkan dua atau lebih dari ide yang belum pernah digabungkan dan *merchandise* ini sendiri harus memiliki nilai dalam produk tersebut.

3.2 HASIL PEMBAHASAN

Setelah melakukan observasi terhadap Nadin Amizah mulai dari akun sosial media pribadinya @cakecaine di *instagram*, akun sosial media penggemar dan berita mengenai Nadin Amizah. Terbentuklah ide untuk membuat *merchandise* Nadin Amizah seperti yang ada dalam tabel di bawah ini:

TABEL 1. RENCANA *MECHANDISE* YANG AKAN DIRANCANG

No	Jenis *merch*	Foto Merch	Penjelasan
1.	*Archives Box*	 **GAMBAR 2. *BENTUK ARCHIVES BOX.*** ***SUMBER: CLEOSA AMABEL***	Box yang didalamnya terdapat kaset, buku lirik dan kisah dibalik album kedua album yang telah dirilis oleh Nadin Amizah
2.	*Acrylic keychain*	 **GAMBAR 3. *ACRYLIC KEYCHAIN.***	Desain dari gantungan kunci akan menggunakan desain yang memiliki korelasi dengan lagu-lagu

		SUMBER: PINTEREST.	Nadin Amizah
3.	*Decant Perfume*	 **GAMBAR 4. *DECANT PARFUME*** ***SUMBER: PINTEREST***	Parfume dengan aroma yang terinspirasi dari lagu-lagu Nadin Amizah
4.	boneka	 **GAMBAR 5. *BONEKA*** ***SUMBER: PINTEREST***	Boneka ini akan terinspirasi dari hewan yang hadir dalam albumnya "Dunia, Cinta, dan Kotornya" yaitu hewan angsa
5.	*Postcard*	 **GAMBAR 6.*POST CARD*** ***SUMBER: PINTEREST***	Post card terpilih dikarenakan gaya Nadin yang mengarah ke tahun 60an, banyak orang yang menggunakan kartu pos sebagai alat komunikasi.
6.	Sapu tangan	 **GAMBAR 7.*SAPU TANGAN*** ***SUMBER: PINTEREST***	Sapu tangan berhubungan dengan gaya yang berpakaian Nadin Amizah yang memiliki kesan klasik dan nostalgia.
7.	Karpet	 **GAMBAR 8. *KARPET*** ***SUMBER: PINTEREST***	Desain dari karpet ini akan disesuaikan dengan elemen yang sering di gunakan oleh Nadin Amizah dalam lagunya yaitu bunga
8.	Pick Gitar	 **GAMBAR 9. *PICK GITAR*** ***SUMBER: PINTEREST***	Pick gitar dipilih dikarenakan dalam penampilan nya, Nadin Amizah sering bermain gitar
9.	Korset	 **GAMBAR 10. *KORSET. SUMBER: PINTEREST***	Custom korset yang terinspirasi dari pakaian yang sering digunakan oleh Nadin Amizah saat tampil
10.	Pembatas buku	 **GAMBAR 11. *PEMBATAS BUKU*** ***SUMBER: PINTEREST***	Pembatas buku ini desainnya terinspirasi dari musiknya Nadin Amizah
11.	Stiker		Desain dari stiker ini sendiri akan

		 **GAMBAR 12. *STIKER SUMBER: PINTEREST***	terinspirasi dari properti yang ada dalam album Nadin Amizah
12.	Enamel Pin	 **GAMBAR 13. *ENAMEL PIN SUMBER: PINTEREST***	Desainnya akan sesuai dengan properti yang ada dalam album musik Nadin Amizah

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, telah ditentukan akan dibuat *merchandise* apa saja yang akan dibuat, yaitu:

1. *Archives Box*
2. Decant Perfume
3. Boneka
4. *Post Card*
5. Sapu Tangan
6. Karpet
7. Gantungan Kunci
8. Pick Gitar
9. Korset
10. Pembatas Buku
11. Sticker
12. Enamel Pin

Merchandise yang dipilih merupakan *merchandise* yang cukup unik. menurut CNN Indonesia (2023) *merchandise* yang unik dan dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari akan tampil lebih menarik. Maka dari itu dalam pemilihan dan perancangan souvenir akan memiliki kegunaan dan arti yang mendalam.

3.3 PROSES DESIGN

Setelah ditemukan apa saja *merchandise* yang akan dibuat untuk Nadin Amizah, terbentuklah sketsa dan ide perancangan dari dari *merchandise* tersebut.

3.3.1 WARNA

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan Nadin Amizah sering menggunakan warna *earth tones* atau warna yang terinspirasi dari elemen alami bumi seperti tanah, tumbuhan, batu dan langit. Dari hasil observasi ini, warna-warna yang akan digunakan dalam perancangan *merchandise* ini akan banyak menggunakan warna dibawah ini beserta dengan turunannya.



GAMBAR 14. *PALET WARNA. SUMBER: CLEOSA AMABEL*

3.3.2 SKETSA

Berikut merupakan sketsa yang terinspirasi dari element yang sering dipakai dalam mempromosikan Nadin Amizah melalui sosial yaitu berupa bunga.



GAMBAR 15. *SKETSA DESAIN MERCHANDISE NADIN AMIZAH. SUMBER: CLEOSA AMABEL*

3.3.3 PEWARNAAN DAN FINALISASI

Dalam proses ini sudah menerapkan palet warna pada gambar ke 14 ke dalam sketsa.



GAMBAR 16. *PEWARNAAN DAN FINALISASI SKETSA. SUMBER: CLEOSA AMABEL*

3.3.4 PENERAPAN DESIGN

Berikut merupakan contoh penerapan desain kedalam salah satu *merchandise* yang akan dibuat, seperti pick gitar.



GAMBAR 17. *PENERAPAN DESAIN DALAM PICK GITAR. SUMBER: CLEOSA AMABEL*

4. KESIMPULAN

Nadin amizah merupakan seorang penyanyi yang puitis, dimana setiap karya musiknya memiliki makna yang mendalam. Memiliki 10 juta jiwa per tanggal 18 maret 2025 dengan 3 lagunya yang paling populer adalah *"Bertaut"* , *"Sorai",* dan *"Rayuan Perempuan Gila"* ia telah berhasil menarik perhatian banyak pendengar. Ditengah banyaknya musisi yang ada di negara Indonesia, diperlukan media promosi yang efektif untuk mengingatkan publik kepadanya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan tim sosial media dan tim kreatif Nadin Amizah, diperoleh info bahwa yang menjadi ciri khas dari Nadin Amizah merupakan gaya berpakaiannya yang merupakan gabungan antara gaya feminim dan *vintage*, ia sering menggunakan korset, pita dan juga bajunya yang *flowy*. Dari wawancara dengan Stiven Suyanto, dalam perancangan *merchandise* ini sendiri harus memiliki *core value* yang sesuai dengan *image* apa yang ingin disampaikan *brand* tersebut kepada publik. Perancangan ini sendiri bukanlah penelitian yang sempurna, dimana masih ada yang masih kurang diteliti lebih dalam seperti gaya seperti apa yang akan diterapkan dalam perancangan *merchandise kit*. Diharapkan untuk perancangan selanjutnya, penelitian ini dapat ditelusuri lebih dalam mengenai gaya yang akan menjadi konsep dasar perancangan untuk kedepannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih perancang ucapkan kepada Ibu Andreanna Lingga Sekarsari S.T., M.Sn., atas bantuannya dalam perancangan jurnal ini dari awal pembentukan judul sampai akhir. Terima kasih kepada Bapak Ardi Makki Pantow Gunawan, B.A., M.F.A, atas bimbingannya dalam perancangan desain *merchandise kit.* Terima kasih juga perancang ucapkan kepada Stiven Suyanto, Gina selaku Tim sosial media Nadin Amizah, Renaldy dan Yohanes selaku tim Kreatif Nadin Amizah yang sudah mau menjadi narasumber dan memberikan ilmu yang baru dalam pembentukan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

Akbar, O., & Ramadhan, R. (2024). *Perancangan Desain Packaging Merchandise Grup Hip-Hop Klempang Liut*, 59. http://repo.palcomtech.ac.id/id/eprint/2082/1/LTA_DKV_2024_OKTAVIAN%20AKBAR_RIO%20RAMADHAN.pdf

Cyan. (2025, February 24). *Merchandise: Pengertian, Jenis, Manfaat & Perannya dalam Bisnis*. Mekari Jurnal. Retrieved April 8, 2025, from https://www.jurnal.id/id/blog/peran-penting-merchandise-sebagai-media-promosi-bisnis/

Bilqis, J., & Arifiana, D. (2023). *PEMBUATAN CHEONGSAM ERS RENNAISAANCE*

DENGAN APLIKASI BORDIR 3D. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/baju/article/download/53565/45976

Harnoko, I., Utomo, N. W. P., & Raden, A. Z. M. (2025, April). *KONSISTENSI PENGGUNAAN BRAND GUIDELINES PADA MATERI PROMOSI PERGURUAN TINGGI SWASTA*. https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/seni/article/download/22593/12812

Islam, M. A. (2018). *Konsistensi Identitas Visual: Kajian Visual Branding Media Publikasi Borobudur*, *2*. https://jurnal.asia.ac.id/index.php/jeskovsia/article/download/329/228

Khairullah, F. I. (2025). *PERANCANGAN MERCHANDISE SEBAGAI MEDIA PROMOSI MUSEUM NEGERI MPU TANTULAR KABUPATEN SIDOARJI*, *7*, 17. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/download/67344/50067/164161

Syarafa, D. A., Adhrianti, L., & Sar, E. V. (2020, Agustus). Fashion Sebagai Komunikasi Identias Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu. *Fashion Sebagai Komunikasi Identias Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu*, *4*. https://ejournal.unib.ac.id/jkaganga/article/download/22366/10198/60030

Buku:

Kotler P., & L, K. K. (2016). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson Education Limited.

Artikel

Ammariah, H. (2023, March 8). *Desain Grafis: Pengertian, Unsur & Prinsip Dasar | SMK Kelas 10*. Ruangguru. Retrieved April 8, 2025, from https://www.ruangguru.com/blog/unsur-dan-prinsip-dasar-desain-grafis

CNN Indonesia. (2023, July 21). *Apa Itu Merchandise? Ini Pengertian, Fungsi,Jenis, dan Contohnya*. CNN Indonesia. Retrieved April 8, 2025, from https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20230714094857-569-973343/apa-itu-merchandise-ini-pengertian-fungsi-jenis-dan-contohnya

Passion Jewelry. (2024, Maret 02). *Serba Serbi Fashion Wanita, Mulai Dari Jenis Hingga Tips Memilihnya*. https://www.passionjewelry.co.id/news-detail/serba-serbi-fashion-wanita-mulai-dari-jenis-hingga-tips-memilihnya

P2DPT_UMA, (2024, August 21).

Dasar-Dasar Desain Grafis Prinsip Yang Harus Diketahui Pemula. dasar-dasar yang harus diketahui pemula. retrieved april 8, 2025, from https://p2dpt.uma.ac.id/2024/08/21/dasar-dasar-desain-grafis-prinsip-yang-harus-diketahui-pemula/

RMSYNERGY.ID. (2024, September 13). *Nadin Amizah Dan Gaya Fashion Yang Unik*. https://rmsynergy.id/blog/nadin-amizah-dan-gaya-fashion-yang-unik