

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN DESAIN PACKAGING MERCHANDISE  
GRUP HIP-HOP KLEMPANG LIUT**



**Diajukan Oleh :**

- 1. OKTAVIAN AKBAR /06 1210017**
- 2. RIO RAMADHAN /061210012**

**Untuk memenuhi Sebagian dari Syarat  
Mencapai Gelar Ahli Madya**

**PALEMBANG**

**2024**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN DESAIN PACKAGING MERCHANDISE  
GRUP HIP-HOP KLEMPANG LIUT**



**Diajukan Oleh :**

- 1. OKTAVIAN AKBAR /06 1210017**
- 2. RIO RAMADHAN /061210012**

**Untuk memenuhi Sebagian dari Syarat  
Mencapai Gelar Ahli Madya**

**PALEMBANG**

**2024**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

---

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING LAPORAN TUGAS AKHIR

NAMA/NPM : 1. OKTAVIAN AKBAR /061210017  
2. RIO RAMADHAN /061210012

PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA

JUDUL : PERANCANGAN DESAIN PACKAGING  
MERCHANDISE GRUP HIP-HOP  
KLEMPANG LIUT

Tanggal : 25 Juni 2024

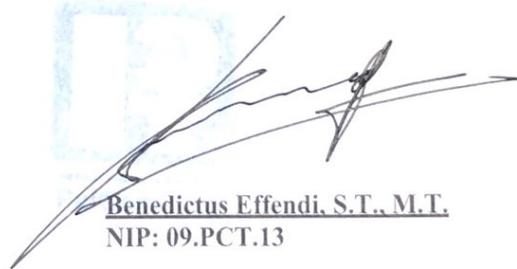
Pembimbing



M. Jhonsen Syaftriandi, S.Kom., M.Kom.  
NIDN : 0229069301

Mengetahui,

Rektor



Benedictus Effendi, S.T., M.T.  
NIP: 09.PCT.13

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

---

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI LAPORAN TUGAS AKHIR

NAMA/NPM : 1. OKTAVIAN AKBAR /061210017  
2. RIO RAMADHAN /061210012

PROGRAM STUDI : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA

JUDUL : PERANCANGAN DESAIN PACKAGING  
MERCHANDISE GRUP HIP-HOP  
KLEMPANG LIUT

Tanggal : 25 Juni 2024

Penguji 1



Hendra Hadiwijaya, SE., M.Si.  
NIDN: 0229108302

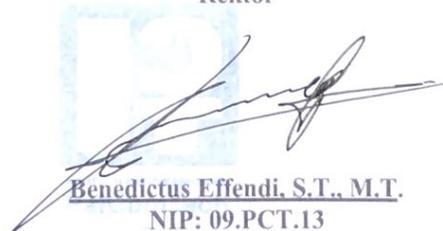
Tanggal : 25 Juni 2024

Penguji 2



Didiek Prasetya, S.Pd., M.Sn.  
NIDN: 0226028201

Menyetujui,  
Rektor



Benedictus Effendi, S.T., M.T.  
NIP: 09.PCT.13

**MOTTO:**

*"Raihlah bintang-bintang, sehingga jika kamu jatuh, kamu akan mendarat di awan."*

*(Kanye West)*

*"Sebab apa pun yang kamu cintai bisa diambil darimu, jadi hiduplah seolah-olah itu adalah hari terakhirmu."*

*(Machine Gun Kelly)*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT. Atas rahmat dan karunia-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik dan benar tepat pada waktunya. Laporan ini diberi judul Perancangan Desain *Packaging Merchandise* Grup Hip-Hop Klempang Liut.

Tujuan penulis dalam membuat Laporan Tugas Akhir ini untuk memenuhi sebagai syarat untuk mencapai gelar ahli madya bagi mahasiswa program studi D3 Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech. Dalam penulisan Laporan ini tidak sedikit hambatan yang dialami penulis, namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak akhirnya Laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang tak terhingga sedalam – dalamnya kepada:

1. **Tuhan Yang Maha Esa**, yang telah memberikan limpahan rahmat, ilmu yang bermanfaat dan kesehatan.
2. **Orang Tua dan Teman-Teman** yang telah memotivasi saya sehingga terselesaikannya laporan ini dengan baik.
3. **Bapak Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.** Sebagai Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual yang penulis hormati.
4. **Bapak Muhammad Jhonsen Syaftriandi, S.Kom., M.Kom.** Selaku dosen pembimbing penulis yang telah bersedia membimbing dan meluangkan waktu agar penulis memahami kajian Laporan Tugas Akhir ini.

Akhir kata dengan penuh syukur, penulis mengucapkan Alhamdulillah dan terima kasih atas segala dukungan. Semoga langkah penulis selalu diberkahi oleh Allah SWT, Amin. Penulis berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat sebagaimana mestinya.

Palembang, 12 Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.4.1 Manfaat Bagi Umum.....	3
1.4.2 Manfaat Bagi Penulis.....	4
1.4.3 Manfaat Bagi Akademik .....	4
1.5 Sistematika Penulisan .....	4
1.5.1 BAB I. Pendahuluan .....	4
1.5.2 BAB II. Tinjauan Pustaka .....	5
1.5.3 BAB III. Metode Penelitian .....	5

1.5.4	BAB IV. Hasil dan Pembahasan.....	5
1.5.5	BAB V. Simpulan dan Saran .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>		
2.1	Landasan Teori .....	7
2.1.1	Desain Grafis .....	7
2.1.2	<i>Merchandise</i> .....	7
2.1.3	<i>Packaging</i> .....	9
2.1.4	Warna.....	11
2.1.5	Tipografi .....	13
2.1.6	Ilustrasi.....	13
2.1.7	Musik .....	13
2.1.8	Bentuk.....	15
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu .....	16
2.3	Kerangka Penelitian.....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Objek dan Waktu Penelitian .....	20
3.1.1	Objek.....	20
3.1.2	Waktu Penelitian.....	20
3.2	Jenis Data.....	22
3.2.1	Data Primer .....	22
3.2.1.1	Wawancara .....	22
3.2.1.2	Observasi .....	29
3.2.2	Data Sekunder.....	29
3.2.2.1	Studi Pustaka .....	29
3.3	Teknik Perancangan.....	30
3.3.1	Konsep Visual.....	30
3.3.2	Konsep Huruf.....	38
3.3.3	Konsep Warna.....	39

3.4	Ruang Lingkup Penelitian .....	40
3.5	Alat dan Bahan Penelitian .....	40
3.5.1	Alat.....	40
3.5.2	Bahan .....	41
3.6	Tahap Pengerjaan.....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Hasil.....	45
4.2	Pembasan .....	55
4.2.1	Karya Pendukung.....	57
<b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1	Kesimpulan .....	59
5.2	Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>xiv</b>
<b>HALAMAN LAMPIRAN.....</b>		<b>xv</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Penelitian.....	19
<b>Gambar 3.1</b> Wawancara Dengan Klempang Liut.....	23
<b>Gambar 3.2</b> Klempang Liut di Huru Hara Soundsations .....	24
<b>Gambar 3.3</b> Klempang Liut di PBF anniversary .....	25
<b>Gambar 3.4</b> Klempang Liut di Malam Pergantian 2022 TVRI .....	26
<b>Gambar 3.5</b> Klempang Liut dan Tuan Tiga Belas di Bingen Fest .....	27
<b>Gambar 3.6</b> Klempang Liut Berkolaborasi Dengan Ecko Show .....	28
<b>Gambar 3.7</b> Sketsa Alternatif Packaging.....	31
<b>Gambar 3.8</b> Layout Kemasan Dalam Bentuk Digital.....	32
<b>Gambar 3.9</b> Sketsa Alternatif Mock-up T-shirt.....	33
<b>Gambar 3.10</b> Sketsa Alternatif Mock-up Tote Bag.....	34
<b>Gambar 3.11</b> Sketsa Alternatif Thanks Card.....	35
<b>Gambar 3.12</b> Sketsa Alternatif Sticker .....	36
<b>Gambar 3.13</b> Sketsa Alternatif Poster .....	37
<b>Gambar 3.14</b> Huruf Heroes Legend .....	38
<b>Gambar 3.15</b> Huruf Franklin Gothic Demi .....	39
<b>Gambar 3.16</b> Warna Kuning, Putih, Abu-Abu dan Hitam .....	39
<b>Gambar 4.1</b> Mock-up Packaging Merchandise .....	46
<b>Gambar 4.2</b> Mock-up T-shirt.....	47
<b>Gambar 4.3</b> Mock-up Tote Bag.....	48
<b>Gambar 4.4</b> Mock-up Thanks Card .....	49
<b>Gambar 4.5</b> Mock-up Sticker .....	50
<b>Gambar 4.6</b> Mock-up Poster.....	51
<b>Gambar 4.7</b> Palcomtech Student Project Exhibition 2024 .....	52
<b>Gambar 4.8</b> Foto Bersama Dosen dan Wakil Rektor .....	53

<b>Gambar 4.9</b> Foto Bersama Pemenang Piagam Penghargaan.....	54
<b>Gambar 4.10</b> Mock-up X Banner .....	58

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	16
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian .....	21

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto Dokumentasi Wawancara

Lampiran 2. Surat Balasan Riset

Lampiran 3. *Form* Topik dan Judul

Lampiran 4. *Form* Konsultasi

Lampiran 5. Surat Pernyataan

Lampiran 6. *Form* Revisi Ujian Proposal

Lampiran 7. *Form* Revisi Ujian Kompre

## **ABSTRACT**

**OKTAVIAN AKBAR, RIO RAMADHAN.** *Designing The Packaging For The Hip-hop Group Klempang Liut Merchandise.*

*Currently, hip-hop music in Palembang City is becoming increasingly popular among the youth. This phenomenon is marked by the emergence of several local hip-hop musicians, one of which is Klempang Liut. Klempang Liut is a hip-hop group from Palembang formed in 2008, consisting of six main members Lezzi as a rapper, Gean as a rapper, Rio as a singer, Boy as a rapper, Rian as a rapper, and Kiju as a disc jockey. Klempang Liut's latest single is titled "Muka Dua". The abundance of hip-hop musicians in Palembang poses a challenge for these artists, especially in their efforts to introduce themselves further to the community and hip-hop music enthusiasts. One promotional strategy that can be implemented is through merchandise promotion. Therefore, the primary media design the author will focus on is the development of packaging and merchandise designs, such as T-shirts, tote bags, thank you cards, stickers and posters. This step is taken to ensure effective promotion and increase the appeal of Klempang Liut's merchandise within the Palembang music community. By emphasizing creative and innovative aspects, it is expected that this packaging design will enhance the appeal of the merchandise and strengthen the emotional connection between fans and the hip-hop group Klempang Liut.*

**Keywords:** *Klempang Liut, Packaging, Merchandise*

## ABSTRAK

**OKTAVIAN AKBAR, RIO RAMADHAN.** Perancangan Desain *Packaging Merchandise* Grup Hip-Hop Klempang Liut.

Saat ini, musik hip-hop di Kota Palembang semakin digemari di kalangan muda-mudi. Fenomena ini ditandai dengan munculnya sejumlah musisi lokal bergenre hip-hop, dan salah satunya adalah Klempang Liut. Klempang Liut merupakan sebuah grup hip-hop asal Palembang yang terbentuk pada tahun 2008, dengan enam personel utama, antara lain Lezzi sebagai rapper, Gean sebagai rapper, Rio sebagai singer, Boy sebagai rapper, Rian sebagai rapper dan Kiju sebagai *disc jockey*. *Single* terbaru yang dirilis oleh Klempang Liut berjudul "muka dua". Tidak hanya Klempang Liut, banyaknya musisi hip-hop di tengah Kota Palembang menjadi suatu tantangan bagi mereka, terutama dalam upaya lebih memperkenalkan diri kepada masyarakat dan para pecinta musik hip-hop. Salah satu strategi pengenalan yang dapat diterapkan adalah melalui promosi *merchandise*. Dengan demikian, perancangan media utama yang akan penulis gunakan fokus pada pengembangan desain *packaging* dan *merchandise*, seperti *T-shirt*, *tote bag*, *thanks card*, *sticker* dan poster. Langkah ini diambil untuk memastikan promosi yang efektif dan meningkatkan daya tarik *merchandise* Klempang Liut di tengah komunitas musik Palembang. Melalui penekanan pada aspek kreatif dan inovatif, diharapkan desain *packaging* ini mampu meningkatkan daya tarik *merchandise*, serta memperkuat hubungan emosional antara penggemar dan grup hip-hop Klempang Liut.

**Kata kunci:** Klempang Liut, Kemasan, *Merchandise*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan musik di Indonesia dari tahun ke tahun terus mengalami perubahan yang signifikan baik dalam aspek produksi maupun industri, Hal ini merupakan wujud dari perubahan yang berlangsung, sehingga musik dapat diciptakan, dinikmati, dan dipublikasikan dengan lebih baik setiap tahun. sesuai dengan pendapat Sunarto (2017) yang mengatakan bahwa praktek musik, dan bukan hanya musik populer, telah, setidaknya sejak pertengahan abad ke 19, menjadi semakin komersial dan industri.

Perkembangan musik di Indonesia berdasarkan pendapat Alfajar (2014) Beberapa tahun terakhir perkembangan musik di Indonesia berkembang dengan cepat. Banyak musisi-musisi maupun band-band yang bermunculan tiap tahunnya dengan membawa ciri mereka masing-masing. hal yang sama berlaku untuk musik yang ada di kota Palembang, ibu kota provinsi Sumatera Selatan. Keanekaragaman musik di Palembang mencakup berbagai genre, salah satu genre tersebut adalah musik hip-hop.

Musik hip-hop tidak hanya ada di Amerika, di Indonesia sendiri khususnya di Kota Palembang ada grup musik hip-hop yaitu Klempang Liut. Klempang Liut merupakan sebuah grup musik yang bergerak dibidang musik hip-hop, yang berdiri pada tahun 2008. Pada awal berdirinya komunitas ini didasari atas kecintaan remaja-remaja yang menyukai musik hip-hop atau rap. Grup musik ini

beranggotakan 6 orang yaitu Lezzi, Gean, Kiju, Rio, Boy dan Rian. Berawal dari seorang nenek penjual klempang yang sering melewati depan distro tempat anggota grup musik ini sering berkumpul, menarik simpati mereka untuk membeli klempang setiap hari meskipun klempang tersebut melempem, dari situlah mereka mulai menggunakan nama Klempang Liut, yang dalam bahasa tanjung batu berarti klempang melempem. *Base camp* Klempang liut terletak di Tanjung Batu, Kab. Ogan Ilir, Kota Palembang. Di saat kumpul bersama para anggota biasanya menyusun *project-project* musik yang akan dikerjakan serta latihan bersama-sama.

Banyaknya penyanyi, *band*, dan grup musik baru yang terus bermunculan menciptakan persaingan ketat di industri musik. Oleh karena itu, peran promosi menjadi sangat penting untuk memperkenalkan sebuah grup musik di Palembang kepada masyarakat dan membangun basis penggemar yang solid. Menurut Wijaya (2016) Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Salah satu metode promosi yang efektif adalah dengan menggunakan *merchandise*. Melalui pemanfaatan *merchandise* sebuah grup musik dapat mempromosikan eksistensinya ke ranah yang lebih luas. produk-produk seperti poster, *sticker*, *thanks card*, *tote bag*, dan *t-shirt* mampu membuat sebuah grup musik memperluas jangkauannya dengan melibatkan audiens yang menggunakan *merchandise* tersebut.

Desain kemasan yang akan dibuat memiliki tujuan untuk memperkuat interaksi yang lebih erat antara sebuah grup musik dan penggemarnya. Selain itu, desain *merchandise* ini turut berperan dalam membentuk identitas merek yang kuat, sehingga dapat menciptakan kesan positif dan memperkenalkan grup musik kepada

khalayak yang lebih luas. Hal ini merupakan hal penting mengingat sebelumnya, Klempang Liut sudah pernah merilis *merchandise* resmi mereka sendiri, namun penjualannya masih dirasa belum optimal. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk menyusun Proposal Tugas Akhir yang berjudul **“Perancangan Desain *Packaging Merchandise* Grup Hip-Hop Klempang Liut”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mendapatkan perumusan masalah yaitu bagaimana merancang desain *packaging merchandise* untuk grup hip-hop Klempang Liut.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengenalkan dan menyampaikan informasi mengenai grup musik Klempang Liut agar lebih dikenal, dengan memanfaatkan jalur promosi melalui desain *merchandise* yang menarik.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat, penulis, dan akademik.

### **1.4.1 Manfaat Bagi Umum**

Strategi identitas visual ini bertujuan untuk memperkenalkan sumber daya dan potensi-potensi daerah, khususnya dalam konteks seni musik di Kota Palembang. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan perhatian masyarakat terhadap kekayaan seni musik lokal yang ada.

#### **1.4.2 Manfaat Bagi Penulis**

Meningkatkan kemampuan kreatif penulis dalam mengatasi masalah melalui hasil karya desain komunikasi visual, terutama dalam merancang identitas visual dan promosi media. Selain itu, penulis dapat memberikan solusi terhadap permasalahan di bidang desain komunikasi visual dengan tujuan memperkuat identitas grup musik.

#### **1.4.3 Manfaat Bagi Akademik**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber acuan dan referensi keilmuan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa di Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech, terutama mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penulis menggunakan sistematika penulisan dengan ketentuan yang telah ditetapkan, untuk mewujudkan suatu hasil laporan yang terstruktur dengan baik dan benar.

#### **1.5.1 BAB I. Pendahuluan**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang yang melandasi penelitian ini, termasuk konteks historis, perkembangan teori terkait, serta relevansi topik yang dibahas. Selain itu, bab ini juga menggambarkan secara rinci rumusan masalah yang menjadi fokus utama penelitian. Tujuan penelitian turut dipaparkan dengan jelas untuk memberikan pemahaman yang lebih tentang arah dan tujuan dari penelitian ini. Selain itu, bab ini juga membahas tentang manfaat penelitian dalam konteks sosial, ilmiah, dan praktis. Terakhir,

sistematika penulisan bab ini disusun secara terstruktur, mencakup pengaturan sub-bab, penomoran halaman, serta penggunaan referensi dan kutipan yang relevan, guna memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian ini.

### **1.5.2 BAB II. Tinjauan Pustaka**

Bab ini memuat uraian mengenai landasan teori yang menjadi dasar bagi penelitian ini. Bab ini juga mengulas secara menyeluruh hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang dibahas. Selain itu, kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini juga dianalisis secara detail.

### **1.5.3 BAB III. Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan aspek-aspek penting terkait dengan pelaksanaan penelitian, mulai dari menjelaskan jadwal dan lokasi penelitian hingga teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan. Selain itu, bab ini juga menyajikan pemahaman yang mendalam tentang konsep-konsep yang relevan dengan topik penelitian, serta metode-metode yang digunakan dalam perancangan penelitian.

### **1.5.4 BAB IV. Hasil dan Pembahasan**

Bab ini akan membahas mengenai beberapa aspek penting dalam dunia desain, yang meliputi analisis visual, analisis huruf, dan analisis warna. Selain itu, pembaca akan dibawa ke dalam tahap hasil dan pembahasan, di mana hasil dari proses perancangan akan dianalisis, memperhatikan keberhasilan dan potensi perbaikan yang dapat diterapkan.

### **1.5.5 BAB V. Simpulan dan Saran**

Bab ini merangkum hasil temuan yang telah dipresentasikan dalam laporan tugas akhir ini, memperjelas kesimpulan-kesimpulan utama yang dapat ditarik dari analisis dan penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, penulis juga akan menyajikan sejumlah saran berdasarkan temuan-temuan tersebut, dengan tujuan untuk memberikan kontribusi positif bagi perkembangan pengetahuan di bidang yang relevan serta memberikan panduan bagi penelitian lanjutan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Desain Grafis**

Desain grafis menurut menurut Widya & Darmawan (2016) desain grafis adalah pekerjaan dalam bidang komunikasi visual yang membutuhkan keahlian menyusun dan merancang unsur visual yang berhubungan dengan grafika atau pada bidang dua dimensi, dan statis. Secara khusus, desain grafis adalah keahlian menyusun dan merancang unsur visual menjadi informasi yang dimengerti publik atau masyarakat. Profesi desain grafis melibatkan konsep komunikasi visual, perancangan, dan penyelarasan elemen-elemen yang terkandung dalam desain termasuk huruf, gambar, foto, elemen grafis, dan warna untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu. Desain produk yang baik mampu menarik perhatian pembeli, meningkatkan kinerja produk, mengoptimalkan efisiensi produksi, dan memberikan keunggulan bersaing di pasar sasaran.

##### **2.1.2 Merchandise**

Menurut Priyambodo (2021) *merchandise* adalah pernak-pernik yang sering kita jumpai dan dipakai oleh banyak orang diberbagai kesempatan. Fungsi *merchandise* menurut Pratama (2023) antara lain, sebagai media *branding* dan meningkatkan *brand awareness*, karena biasanya di setiap barang yang ditujukan untuk *merchandise* pasti memuat logo atau identitas dari

sebuah merek, dan dengan adanya logo atau identitas sebuah merek di barang-barang yang biasanya digunakan oleh orang sehari-hari, secara tidak langsung, orang-orang akan mengingat logo dan identitas dari merek tersebut. barang yang biasanya digunakan sebagai *merchandise* adalah barang yang bersifat pernak-pernik atau hiasan, seperti, pin, gelang, *badge*, stiker, gantungan kunci, dan lain - lain, namun selain itu biasanya barang-barang yang digunakan untuk *merchandise* juga adalah barang sehari-hari seperti, topi, baju, jaket, *tote bag*, kaos kaki, dan lain - lain.

Penggunaan media *merchandise* menurut pendapat Tama (2017) dengan menggunakan media *merchandise* dapat diyakini mudah untuk dilihat dan dimanfaatkan konsumen. Komunikasi visual merupakan salah satu cara penyampaian pesan secara visual, melalui sesuatu yang dapat dilihat, berupa gambar, ilustrasi, serta tulisan maupun jenis-jenis lainnya, dan pada prinsipnya selama pesan tersebut dapat di lihat.

Desain *merchandise* yang dibuat harus memperhatikan *design brief* yang telah disediakan, selanjutnya mempersiapkan serta merancang kebutuhan desain yang diperlukan untuk proses tersebut. Pemilihan materi desain juga menjadi perhatian utama bagi desainer dalam membuat desain *merchandise*, seperti *font*, ilustrasi, tipografi teks, dan *mock-up*. Konsep yang terdapat dalam *design brief* harus dapat diwujudkan secara optimal dalam desain akhir *merchandise*, sebelum akhirnya diserahkan kembali kepada klien.

### **2.1.3 Packaging**

Di era modern ini, muncul berbagai produk inovatif dan menarik yang mengandalkan *packaging* atau kemasan sebagai strategi untuk mengembangkan produk dan meningkatkan daya saing. Rasa (2023) menyatakan bahwa kemasan merupakan hal yang pertama kali disentuh atau dilihat oleh konsumen dalam memilih suatu produk, jika kemasannya bagus dan menarik, tentu konsumen akan mendekat, meraih serta melihat dengan lebih dekat dan detail produk yang sedang ditawarkan. Kemasan yang dirancang dengan baik memiliki daya tarik untuk menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk memilih produk tersebut.

Pengertian *packaging* atau kemasan menurut Julianti (2014) kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk. Penjelasan tambahan dinyatakan oleh Noviadji (2014) yang memaparkan bahwa Kemasan berasal dari kata kemas yang berarti teratur atau terbungkus rapi dan bersih. Pengertian kemasan lainnya merupakan hasil mengemas atau bungkus pelindung barang dagang.

Kemasan merupakan metode dalam industri dan pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk melindungi, menjelaskan, dan memperkenalkan produk kepada konsumen guna dipasarkan. Secara umum, setiap kemasan memiliki ciri khasnya sendiri, baik dari segi bentuk maupun desain, yang menjadikan desain sebagai faktor pendukung untuk membuat kemasan menarik dan meningkatkan minat beli konsumen.

Adapun jenis-jenis kemasan berdasarkan struktur isi menurut Mio (2019) yaitu:

### **1. Kemasan Primer**

Kemasan primer merupakan kemasan yang mawadahi atau bersinggungan langsung dengan produk dan yang akan membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut.

### **2. Kemasan Sekunder**

Kemasan sekunder merupakan kemasan yang melindungi kemasan primer.

### **3. Kemasan Tersier**

Kemasan tersier merupakan kemasan yang dibutuhkan untuk penyimpanan, dan pengiriman. Kemasan tersier biasanya dipakai sebagai pelindung untuk pengangkutan sebuah produk.

Fungsi kemasan menurut pendapat Julianti (2014) yang mengatakan bahwa di Indonesia maupun di belahan dunia mana pun, kini kemasan tidak saja berfungsi untuk melindungi produk, baik dari panas, sinar matahari, kelembapan, atau untuk membantu pada saat distribusi. Kemasan juga dilihat dari sisi seni dan estetikanya. Itulah sebabnya dunia kemasan perlu direkam, dikembangkan, dianalisis, dan kemudian diungkap menjadi wacana publik agar bisa menjadi salah satu bahan kajian, baik dari sisi keilmuan maupun sisi praktis industri kemasan itu sendiri.

Bahan-bahan yang sering digunakan dalam pembuatan kemasan menurut Mio (2019) antara lain:

**1. Kemasan berbahan kertas**

Bahan kemasan dengan dasar kertas pada umumnya digunakan sebagai pembungkus sebuah produk yang bersifat kering.

**2. Kemasan berbahan plastik**

Kemasan dengan bahan plastik adalah kemasan yang paling banyak digunakan saat ini, karena sifat plastik yang fleksibel.

**3. Kemasan berbahan aluminium**

Kemasan dengan bahan aluminium biasanya digunakan untuk produk yang cair, seperti minyak, karena bahan ini cukup kuat akan tetapi tidak tahan pada cuaca panas.

**4. Kemasan berbahan karton**

Kemasan berbahan karton sebenarnya sama dengan kemasan berbahan kertas, tetapi kemasan karton pada umumnya digunakan untuk melindungi produk utama dalam pengemasan agar lebih kuat.

#### **2.1.4 Warna**

Warna juga termasuk dalam elemen desain yang paling sulit untuk diarahkan atau diatur, karena perlu melalui proses percobaan dan konsep yang jelas. Hal ini diperlukan untuk menentukan kesesuaian antara warna-warna yang digunakan dengan target yang ingin dicapai. Menurut Zharandont (2015) dalam ilmu psikologi warna, setiap warna memberikan reaksi yang berbeda pada otak. Tak hanya mempengaruhi psikologis manusia, warna juga

berpengaruh pada suatu produk.

Kelompok warna mengacu pada lingkaran warna, hal ini sesuai dengan pendapat para pakar-pakar ilmiah yang mengacu pada teori Brewster. Teori Brewster membagi warna-warna yang ada di alam menjadi empat kelompok warna, yakni:

### **1. Warna Premier**

Warna primer adalah warna dasar yang bukan merupakan campuran dari warna-warna lainnya. Warna-warna yang termasuk dalam golongan warna primer adalah merah, biru, dan kuning.

### **2. Warna Sekunder**

Warna sekunder merupakan hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Sebagai contoh, warna jingga terbentuk dari campuran merah dan kuning, hijau adalah hasil dari pencampuran biru dan kuning, sedangkan ungu berasal dari kombinasi merah dan biru.

### **3. Warna Tersier**

Warna tersier adalah hasil pencampuran antara satu warna primer dan satu warna sekunder. Sebagai contoh, warna jingga kekuningan diperoleh dari kombinasi warna kuning dan jingga. Sementara itu, warna coklat terbentuk dari perpaduan tiga warna yaitu merah, kuning, dan biru.

### **4. Warna Netral atau Natural**

Warna netral terbentuk dari pencampuran ketiga warna dasar dengan proporsi yang sama, yaitu 1:1:1. Warna ini seringkali muncul sebagai penyeimbang untuk warna-warna kontras dalam lingkungan alami.

Secara umum, campuran yang seimbang cenderung menghasilkan warna yang mendekati hitam.

### **2.1.5 Tipografi**

Menurut Tinarbuko (2015) tipografi adalah seni memilih dan menata huruf untuk berbagai kepentingan menyampaikan informasi berbentuk pesan sosial ataupun komersil. Tipografi memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kenyamanan pembaca saat melihat teks. Hal ini tidak hanya terkait dengan jenis *font*, melainkan juga dengan ukuran, jarak, dan bahkan warna, semuanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman pembaca.

### **2.1.6 Ilustrasi**

Menurut Maharsi (2018) ilustrasi adalah bagaimana seseorang menterjemahkan suatu konsep atau ide abstrak ke dalam bentuk visual. Visualisasi yang dihasilkan tersebut harus memberikan gambaran yang nilainya sama dengan konsep yang diwakilkannya tersebut. Ilustrasi merupakan karya seni yang diciptakan dengan tujuan untuk menggambarkan, memperindah, dan berfungsi sebagai alat komunikasi visual. Keunikan dan orisinalitas dalam ilustrasi sangat penting dalam konteks pemasaran produk, karena ilustrasi yang unik dapat menarik perhatian konsumen dan mampu memikat konsumen untuk membeli produk atau *merchandise* yang tersebut.

### **2.1.7 Musik**

Pengertian musik menurut Phetorant (2018) adalah gabungan atau kumpulan frekuensi yang dapat di dengar. Mengacu pada definisi tersebut di

atas, ruang lingkup musik sangat luas. Menurut Phetorant (2020) Fungsi musik pun juga sangat beragam dalam kehidupan. Sebagai hiburan, musik seni, ekonomi, industri, pendidikan, musik film dan yang lainnya. Musik merupakan kebutuhan esensial bagi manusia, memainkan peran penting dalam memberikan warna pada kehidupan dan pembentukan karakter manusia. Dari generasi muda hingga tua, musik tetap menjadi salah satu kesenangan yang universal. Sebagai bentuk seni yang nyata, musik memiliki dampak besar dalam merangsang perkembangan kepribadian dan moral manusia. Musik memiliki kekuatan untuk membangkitkan gairah dan semangat tersendiri bagi pendengar dan pembuat musik. Salah satunya adalah musik hip-hop atau yang juga dikenal dengan musik rap.

Meskipun sering dianggap serupa, hip-hop dan rap sebenarnya berbeda. Hip-hop adalah sebuah genre musik yang terdiri dari berbagai jenis musik dengan beat atau ketukan sebagai elemen utamanya. Ketukan-ketukan ini kemudian dikombinasikan dengan rap. Sebaliknya, rap adalah teknik vokal yang melibatkan berbicara dengan rima dan ritme yang cepat.

Menurut Fadhil (2021) musik hip-hop merupakan perkembangan dari kebudayaan hip-hop, yaitu sebuah kebudayaan yang dimaknai sebagai kultur gerakan yang meliputi MC-ing atau *rapping*, *breakdancing*, seni graffiti, dan DJ-ing atau seni memainkan *turntable*.<sup>7</sup> kebudayaan hip-hop tersebut mulai berkembang pada tahun 1970-an di Bronx, sebuah kawasan miskin di utara New York yang dihuni oleh banyak imigran, dengan mayoritas penduduknya berasal dari komunitas Afro-Amerika dan Latin.

Musik hip-hop pertama kali muncul di Indonesia pada tahun 1990-an, diperkenalkan oleh *rapper* asal Jakarta Iwa Kusuma, yang lebih dikenal dengan nama panggung Iwa K. Meskipun sebelumnya, Benyamin Sueb dianggap memperkenalkan musik hip-hop di Indonesia, ia tidak pernah menyebut lagunya sebagai lagu rap. Iwa K diakui sebagai pelopor musik hip-hop di Indonesia karena merilis album pertama berjudul "Ku Ingin Kembali" pada tahun 1993. Pada tahun berikutnya, ia meluncurkan album keduanya berjudul "Topeng" yang mencakup *single* "Bebas", yang dianggap sebagai lagu hip-hop pertama yang meledak di dunia musik Indonesia.

### **2.1.8 Bentuk**

Elemen bentuk adalah prinsip dasar dalam desain yang menentukan ruang tertentu. Bentuk dibangun oleh garis-garis, terdapat tiga bentuk dasar yaitu lingkaran, segitiga, dan persegi. Menurut Januariyansah (2018) tiga bentuk dasar memiliki makna sendiri, seperti persegi memproyeksikan sikap kejujuran dan kesetaraan, segitiga bermakna salah satu dari konflik atau tindakan sedangkan lingkaran memiliki makna perasaan perlindungan dan ketidakterbatasan. Dalam konteks ini, dapat disimpulkan bahwa bentuk menjadi elemen pendukung utama yang menghasilkan daya tarik visual secara keseluruhan. Namun, tidak ada prinsip tetap yang menetapkan bentuk fisik dari sebuah kemasan karena biasanya ditentukan oleh karakteristik produk itu sendiri.

## 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Penulis memperoleh beberapa hasil penelitian yang relevan dengan tema yang diangkat, yakni desain *packaging merchandise* dari beberapa universitas yang dapat mendukung landasan ilmiah penulis. Beberapa hasil penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel 2.1 di bawah ini.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Riski Septiandi, Aji Windu Viatra, Didiek Prasetya	2021	Perancangan <i>Packaging</i> Gulo Puan Makanan Tradisional Palembang	Penelitian ini mengeksplorasi desain <i>packaging</i> yang menarik dan praktis untuk gulo puan, makanan tradisional Palembang, agar lebih dikenal di pasar lokal dan nasional.
2.	Muhammad Luthfy	2022	Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Merchandise</i> <i>Band</i> .Feast Di Masa Pandemi Covid-19	Jurnal ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh <i>band</i> .Feast selama masa pandemi Covid-19, dengan dilihat berdasarkan empat elemen pemasaran yaitu <i>Product</i> , <i>Price</i> , <i>Place</i> , dan <i>Promotion</i> .
3.	Saraswati Dyah Wijayanti	2023	Perancangan <i>Merchandise</i> <i>Band</i> "The <i>Rentenir</i> " Menggunakan Pendekatan Gaya Visual K- pop	Jurnal ini membahas tentang Bagaimana cara merancang <i>merchandise</i> untuk <i>band</i> "The <i>Rentenir</i> " dengan menerapkan pendekatan visual K-Pop, bertujuan untuk meningkatkan <i>engagement</i> dari penggemar.

Penelitian terdahulu dilakukan dengan tujuan memperoleh bahan perbandingan dan referensi yang berhubungan dengan judul penelitian ini. Hal ini dilakukan tidak hanya untuk menghindari kesan kemiripan, tetapi juga untuk menggali hasil-hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan perancangan desain *packaging merchandise*. Sumber-sumber informasi yang ditemukan berasal dari berbagai jurnal yang dapat menunjang pengembangan karya ilmiah penulis.

Penelitian pertama ini didasarkan pada karya ilmiah Riski Septiandi, Aji Windu Viatra, dan Didiek Prasetya pada tahun 2021 berjudul "Perancangan *Packaging* Gulo Puan Makanan Tradisional Palembang". Penelitian ini mengkaji perancangan *packaging* gulo puan, makanan tradisional khas Palembang, untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jualnya. Gulo puan, yang berasal dari susu kerbau dan gula, memiliki potensi besar karena kandungan nutrisinya yang tinggi dan sejarah budaya yang kaya. Penelitian ini menekankan pentingnya desain kemasan yang praktis dan menarik, dengan konsep yang mencerminkan identitas produk. Melalui pendekatan SWOT, penelitian ini mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam merancang kemasan Gulo Puan. Dengan kemasan yang dirancang secara efektif, Gulo Puan dapat dipromosikan lebih luas, termasuk di acara besar seperti *Asian Games* 2018, untuk meningkatkan kesadaran dan penjualan produk di pasar lokal dan nasional.

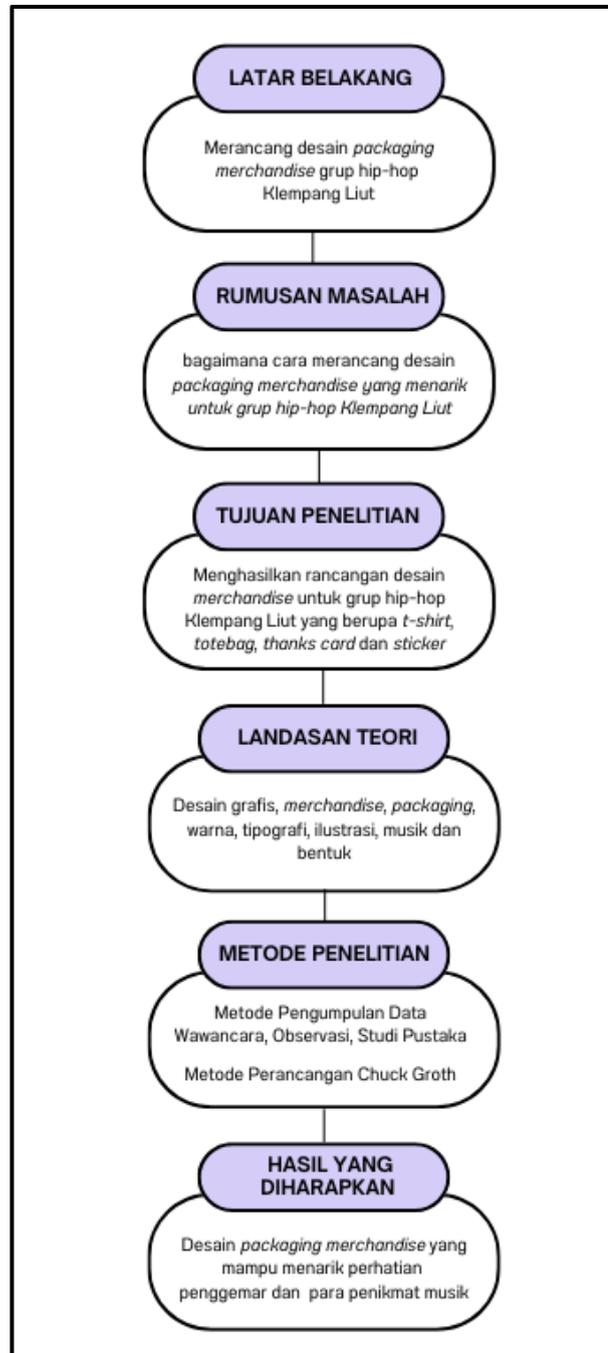
Penelitian kedua ini berbasis pada karya ilmiah Muhammad Luthfy pada tahun 2022 berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran *Merchandise Band .Feast* di Masa Pandemi Covid-19". Dalam penelitiannya, penulis menyimpulkan bahwa *Band .Feast* dikenal karena keberhasilannya dalam menjual *merchandise* yang selalu

diminati di pasar. Produk paling diminati dari *merchandise band* .Feast adalah kaos, yang memikat pembeli dengan desainnya yang sederhana namun sarat makna. .Feast menjual *merchandise* ini melalui *platform e-commerce Shopee*, toko musik, dan selama penampilan panggung mereka. Ini merupakan salah satu strategi yang dipegang teguh oleh *band* .Feast untuk menarik minat pembeli, karena penggemar musik indie cenderung menyukai kata-kata atau simbolisme yang kaya makna.

Hasil penelitian ketiga ini berasal dari karya ilmiah Saraswati Dyah Wijayanti pada tahun 2023 dengan judul "Perancangan *Merchandise Band* 'The Rentenir' Menggunakan Pendekatan Gaya Visual K-Pop". Dalam penelitiannya, penulis menyimpulkan bahwa fokus perancangan tertuju pada album *bundle pack* yang mencakup *album box*, *cover album set*, *cover CD/DVD*, *sticker pack*, *photocard*, poster, dan buku lirik. Pendekatan yang diambil mengusung gaya visual baru dalam merancang *merchandise* resmi musisi *band*, dengan memanfaatkan fenomena *korean wave* tanpa menghilangkan karakteristik khas dari musisi tersebut. *Band The Rentenir* berhasil merealisasikan konsep ini dalam bentuk fisik dengan menerapkan gaya visual K-Pop, menciptakan daya tarik emosional yang dapat mengembangkan pasar atau konsumen *band The Rentenir*.

### 2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka pada penelitian ini adalah:



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 2.1 Kerangka Penelitian**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Waktu Penelitian**

##### **3.1.1 Objek**

Dalam rangka mengumpulkan data untuk penelitian ini, penulis menggunakan objek penelitian berupa anggota Klempang Liut. Proses pengumpulan data dilakukan di *basecamp* Klempang Liut yang terletak di Desa Tanjung Batu, Ogan Ilir. Pengumpulan data di *basecamp* ini dilakukan melalui metode wawancara pada tanggal 4 April 2024, dimulai dari pukul 14.00 hingga 16.00 WIB.

##### **3.1.2 Waktu Penelitian**

Waktu yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini di mulai saat tahap awal pengumpulan data dan berlanjut hingga tahap penyelesaian akhir yang memakan waktu sekitar 5 bulan, dimana setiap tahapan dilakukan secara detail oleh penulis. Berikut adalah tabel jadwal penelitian yang dilakukan penulis:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2024															
		Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengerjaan Proposal																
2	Wawancara																
3	Observasi																
4	Studi Pustaka																
5	Tahap Mengerti Masalah dan Solusi																
6	Tahap Menentukan Hirarki																
7	Desain Tahap Pertama																
8	Tahap Pemetaan																
9	Tahap Pengaplikasian Desain Pada Template																
10	Tahap Membuat Mock-up																
11	Ujian Proposal																
12	Pengerjaan Laporan Tugas Akhir																
13	Ujian Laporan Tugas Akhir																

(Sumber : Oktavian Akbar &amp; Rio Ramadhan, 2024)

## **3.2 Jenis Data**

Penulis menggunakan dua jenis data dalam penelitian ini, yang meliputi data primer yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya, serta data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya.

### **3.2.1 Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti, bukan merupakan hasil dari data yang sudah ada sebelumnya. Dalam konteks ini, peneliti memperoleh data primer melalui proses wawancara dan observasi.

#### **3.2.1.1 Wawancara**

Pengertian wawancara menurut Suwartono (2014) wawancara adalah cara menjaring informasi atau data baik melalui interaksi verbal atau lisan. Wawancara ini dilaksanakan ketika peneliti bertujuan agar dapat mengetahui permasalahan secara lebih terperinci dan terbuka. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara terhadap anggota Klempang Liut. Dokumentasi wawancara dapat dilihat pada gambar 3.1.

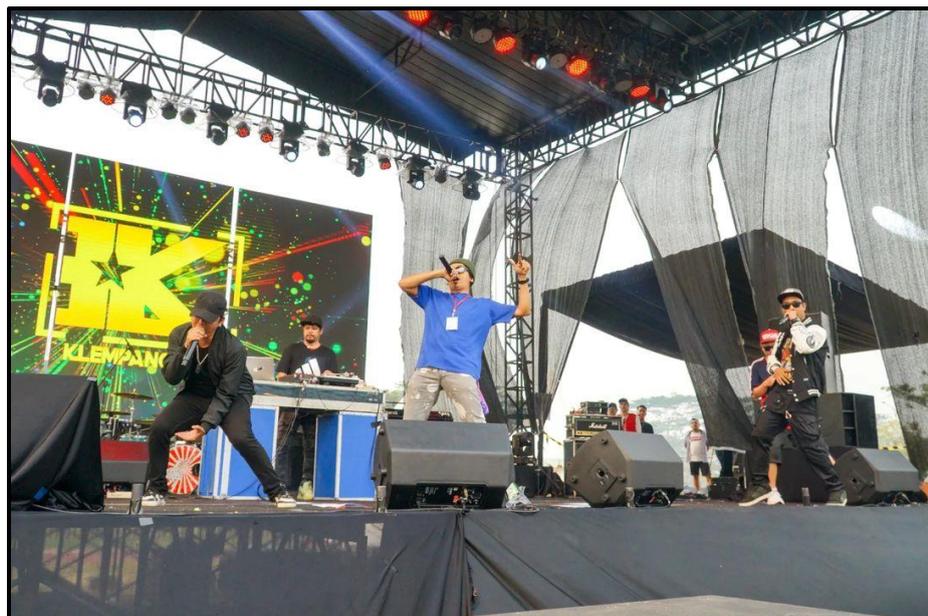


(Sumber: Oktavian Akbar, 2024)

### **Gambar 3.1 Wawancara dengan Klempang Liut**

Dalam wawancara tersebut, terungkap bahwa grup musik Klempang Liut pertama kali terbentuk pada tahun 2008. Di awal perjalanan mereka, grup musik ini masih mengadopsi format band dan belum mengambil nama Klempang Liut, melainkan menggunakan nama Usang Sungging, yang merupakan nama dari nenek moyang warga Tanjung Batu, Ogan Ilir. Pada tahun 2013, mereka memutuskan untuk mengubah nama grup menjadi Klempang Liut dengan format yang mencakup *singer*, *rapper*, dan *disc jockey*. Nama Klempang Liut sendiri terinspirasi dari pengalaman saat berkumpul dengan sesama anggota di distro yang menjadi tempat rutin mereka bertemu. Di sana, seringkali mereka melihat seorang nenek penjual klempang yang selalu mereka beli setiap hari. Karena simpati meskipun klempang yang dijual melempem, mereka tetap membelinya. Itulah yang mendorong grup musik ini untuk mengadopsi nama Klempang Liut sebagai nama mereka.

Grup musik ini mengusung hip-hop sebagai genre musik mereka. Saat ini Klempang Liut memiliki anggota sebanyak 6 orang yaitu Lezzi, Gean, Kiju, Rio, Boy dan Rian. Klempang Liut telah berkali-kali tampil di berbagai acara, baik yang diselenggarakan di dalam kota maupun di luar kota. Melalui penampilannya, Klempang Liut berhasil menarik perhatian khalayak luas. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika nama Klempang Liut kini telah dikenal oleh pendengar musik hip hop di kancah nasional. Berikut beberapa dokumentasi *performance* dari Klempang Liut.



(Sumber: Petrus Marudut, 2023)

### **Gambar 3.2 Klempang Liut di Huru Hara *Soundsations***

Klempang Liut tampil dalam acara Huru Hara *Soundsations* yang diselenggarakan di Jakabaring pada tanggal 1 Oktober 2023. Dalam acara tersebut, Klempang Liut berbagi panggung dengan beberapa musisi nasional ternama, seperti D'masiv, Fiersa Besari, dan Armada.

Klempang Liut membawakan beberapa lagu ciptaannya, di antaranya "Tau Lah Dewek" dan "Maha Benar".



(Sumber: Palembang Beatbox Family, 2023)

### **Gambar 3.3 Klempang Liut di PBF Anniversary**

Klempang Liut turut tampil dalam acara Palembang *Beatbox Family Anniversary*, yang diadakan untuk memperingati 11 tahun berdirinya komunitas Palembang *Beatbox Family*. Selain *beatbox* dan rap, acara ini juga menampilkan elemen hip hop lainnya, yaitu penampilan *breakdance* dari *Slamdown Crew*.



(Sumber: Petrus Marudut, 2022)

### **Gambar 3.4 Klempang Liut di Malam Pergantian 2022 TVRI**

Klempang Liut tampil dalam acara malam pergantian tahun 2022 di TVRI. Mereka tampil dengan enam anggota, yaitu Ezan sebagai *rapper*, Gean sebagai *rapper*, Boy sebagai *rapper*, Kiju sebagai *disc jockey*, Lezzi sebagai *rapper*, dan Rio sebagai *singer*. Dalam penampilannya, Klempang Liut juga mengajak *rapper* muda Palembang, Byan Kidz, untuk turut serta dalam aksi panggung mereka.

Klempang Liut meluncurkan *single* terbaru mereka bersama Nesto yang juga merupakan musisi lokal Palembang pada Januari 2022 dengan judul *muka dua*. Lagu ini mengisahkan tentang orang bermuka dua orang munafik yang menampilkan satu wajah pada satu waktu dan wajah lain pada saat lain. Saat penulisan laporan ini, lagu tersebut telah diputar sebanyak 343.283 kali pada platform *Youtube*. Klempang Liut tidak hanya berkolaborasi dengan musisi lokal, tetapi juga telah bekerja sama dengan beberapa *rapper* kelas nasional. Kolaborasi ini meliputi

penampilan di atas panggung serta penciptaan lagu bersama. Berikut ini adalah beberapa dokumentasi yang menunjukkan kolaborasi Klempang Liut dengan beberapa rapper kelas nasional lainnya.



(Sumber: Klempang Liut, 2022)

### **Gambar 3.5 Klempang Liut dan Tuan Tiga belas di Bingen Fest**

Grup hip-hop Klempang Liut bersama Tuan Tiga Belas tampil di acara Bingen Fest 2022. Di depan panggung, terlihat kerumunan penonton yang antusias menyaksikan penampilan mereka. Kehadiran Klempang Liut bersama Tuan Tiga Belas di acara ini menunjukkan kolaborasi yang kuat antara musisi lokal dan nasional. Dengan adanya kolaborasi ini, diharapkan skena musik Palembang dapat lebih maju, terutama di ranah musik hip-hop.



(Sumber: Klempang Liut, 2021)

### **Gambar 3.6 Klempang Liut Berkolaborasi Dengan Ecko Show**

Potongan gambar di atas diambil dari video musik Klempang Liut yang berkolaborasi dengan Ecko Show dalam lagu maha benar. Video musik ini diunggah pada tanggal 1 April 2021 dan telah ditonton sebanyak 4.713.865 kali di *platform YouTube* pada saat laporan tugas akhir ini dibuat. Sebelumnya, Klempang Liut dan Ecko Show juga pernah berkolaborasi dalam lagu bucin pada tahun 2019, di mana mereka mengajak penyanyi lain, yaitu Zakiah Frisly, untuk turut serta dalam proyek tersebut.

Klempang Liut sudah pernah merilis *merchandise* resmi mereka sebelumnya, namun penjualannya masih dirasa belum optimal. Klempang Liut telah lama tidak merilis *merchandise* resmi mereka sendiri karena mereka belum menemukan mitra kerja yang cocok untuk membantu dalam pembuatan atau produksinya.

### **3.2.1.2 Observasi**

Menurut Anwar (2014) secara garis besar terdapat dua rumusan tentang pengertian observasi, yaitu pengertian secara sempit dan luas. Dalam arti sempit, observasi berarti pengamatan secara langsung terhadap gejala yang diteliti, dalam arti luas, observasi meliputi pengamatan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung terhadap obyek yang sedang diteliti. Observasi bertujuan untuk membuktikan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan sehingga paham atas informasi yang diperoleh. Pengamatan dapat diklasifikasikan melalui cara berperan serta dan tidak berperan serta. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi non-partisipan.

### **3.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari orang lain yang telah didokumentasikan sehingga dapat digunakan orang lain. Dalam penulisan ini, penulis menggunakan data sekunder dalam bentuk studi pustaka untuk melengkapi data yang telah dikumpulkan sebelumnya.

#### **3.2.2.1 Studi Pustaka**

Sugiyono (2018) mengatakan bahwa studi kepustakaan berkaitan dengan kajian secara teori melalui referensi-referensi terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Penelitian kepustakaan ini tidak terlepas dari literatur-literatur ilmiah. Dari kedua pendapat tersebut, maka penelitian kepustakaan ini tidak terjun ke lapangan secara langsung untuk bertemu

dengan responden karena data-data diperoleh dari sumber pustaka berupa buku ataupun dokumen yang kemudian dibaca, dicatat, dan dianalisis.

Dengan merujuk pada penjelasan sebelumnya, penulis memilih metode studi pustaka untuk mengumpulkan informasi yang relevan dan melakukan analisis terkait dengan objek penelitian. Hal ini melibatkan peninjauan jurnal-jurnal sebelumnya yang mendukung penelitian yang sedang dilakukan, serta karya-karya sebelumnya yang berkaitan dengan perancangan desain *packaging merchandise*.

### **3.3 Teknik Perancangan**

Teknik perancangan digunakan sebagai acuan dalam merancang desain *packaging merchandise* yang akan dibuat. Penulis menggunakan beberapa konsep antara lain konsep visual, konsep huruf dan konsep warna.

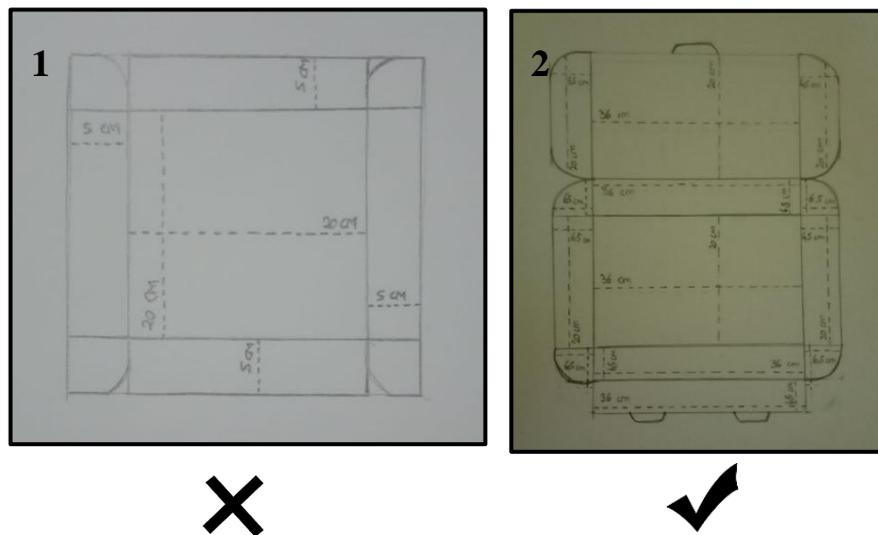
#### **3.3.1 Konsep Visual**

Dalam pembuatan karya visual, konsep sangatlah penting. Konsep membantu mengarahkan visual yang akan disajikan kepada media dengan batasan yang jelas dan alasan yang kuat dalam pemilihan warna, tipografi, ilustrasi, dan *layout* secara keseluruhan. Dengan adanya konsep yang kuat, audiens akan lebih nyaman dalam memahami dan menyerap pesan yang ingin disampaikan. Dalam proses ide untuk merancang desain kemasan *merchandise*, penulis akan menggunakan kemasan berbentuk persegi panjang dengan ukuran panjang 36 cm, lebar 20,5 cm, dan tinggi 6,5 cm. Pada bagian luar *packaging*, akan dibuat ilustrasi sebuah *boombox* dengan detail pada bagian seperti *speaker*, *volume control*, *cassette deck*, *handle* dan lain lain.

Pada ilustrasi *boombox* ini memadukan warna kuning, putih, abu-abu dan hitam.

Penulis membuat sketsa alternatif untuk kemasan primer dan sketsa *vector merchandise* pada tahap awal.

a. Sketsa *packaging*

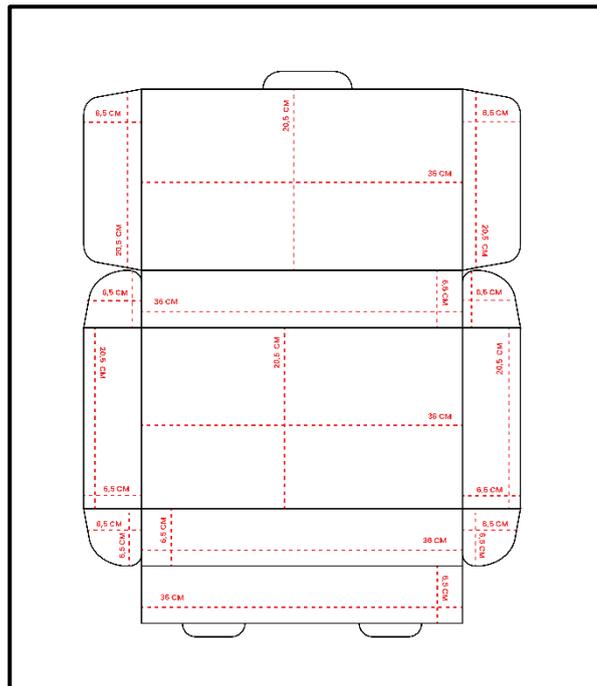


(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 3.7 Sketsa Alternatif *Packaging***

Dalam sketsa alternatif untuk kemasan primer nomor 1 tidak terpakai karena bentuknya terlalu umum dan kurang besar untuk menampung berbagai jenis *merchandise* yang direncanakan. Sementara itu, sketsa alternatif kemasan nomor 2 dipilih karena bentuknya lebih menarik dan ukurannya lebih besar, sehingga dapat menampung beragam barang dengan lebih baik.

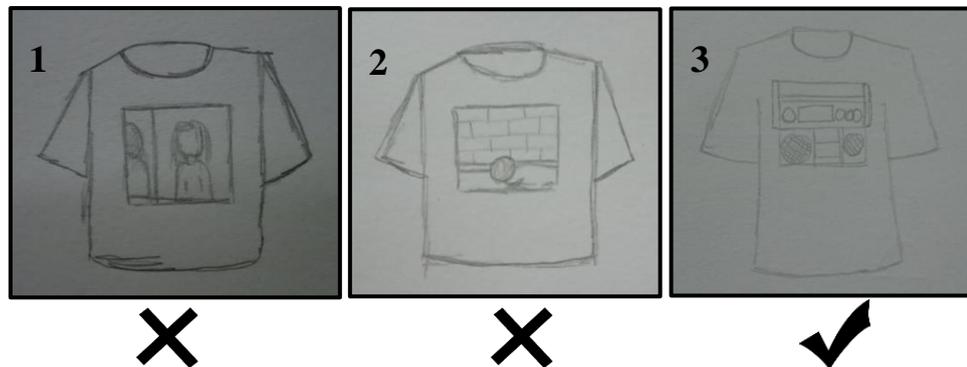
Setelah membuat sketsa alternatif, dipilihlah sketsa kemasan primer yang akan diimplementasikan ke dalam bentuk digital menggunakan *software Adobe Illustrator*.



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

### **Gambar 3.8** *Layout Kemasan Dalam Bentuk Digital*

Desain *layout* untuk kemasan *merchandise* ini akan menjadi panduan utama dalam pembuatan desain kotak kemasan *merchandise*. *Box* ini memiliki dimensi panjang 36 cm, lebar 20,5 cm, dan tinggi 6,5 cm. *Layout* ini dirancang dalam bentuk persegi panjang dengan dimensi yang mencukupi untuk menampung berbagai jenis *merchandise*. Kotak kemasan tersebut akan didominasi oleh warna kuning, yang dikombinasikan dengan warna putih dan hitam untuk menonjolkan elemen desain lainnya.

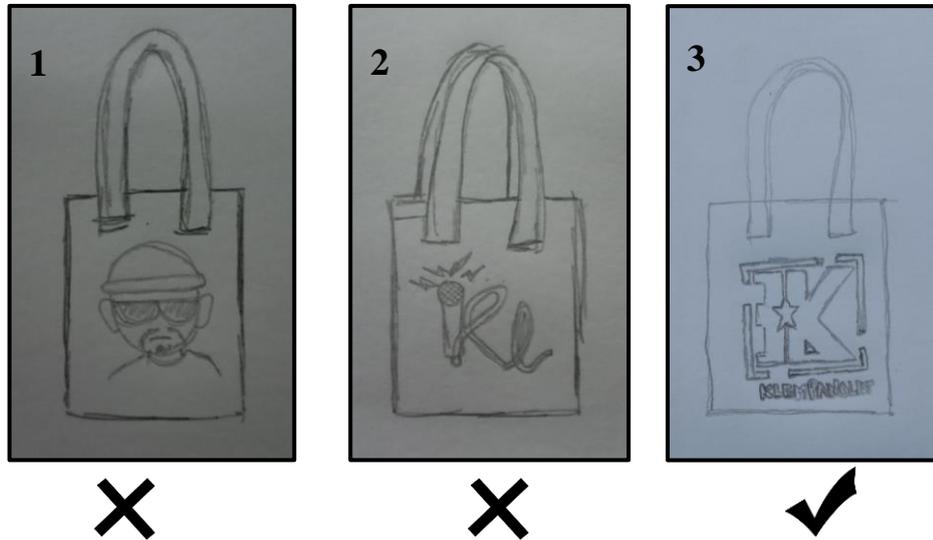
**b. sketsa *t-shirt***

(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 3.9 Sketsa Alternatif *Mock-up T-shirt***

Pada sketsa alternatif *mock-up t-shirt* nomor 1 dan 2, keduanya tidak terpilih karena gaya seni yang dinilai tidak cocok dengan *branding* band dari Klempang liut. Sementara itu, sketsa alternatif nomor 3 dipilih karena desainnya menggunakan gambar *boombox* yang mirip dengan *box packaing merchandise* Klempang Liut. Desain ditempatkan tepat di tengah kaos, memberikan pusat fokus yang jelas. Penempatan ini membuat desain mudah dilihat dan memberikan keseimbangan visual yang baik.

c. Sketsa *tote bag*

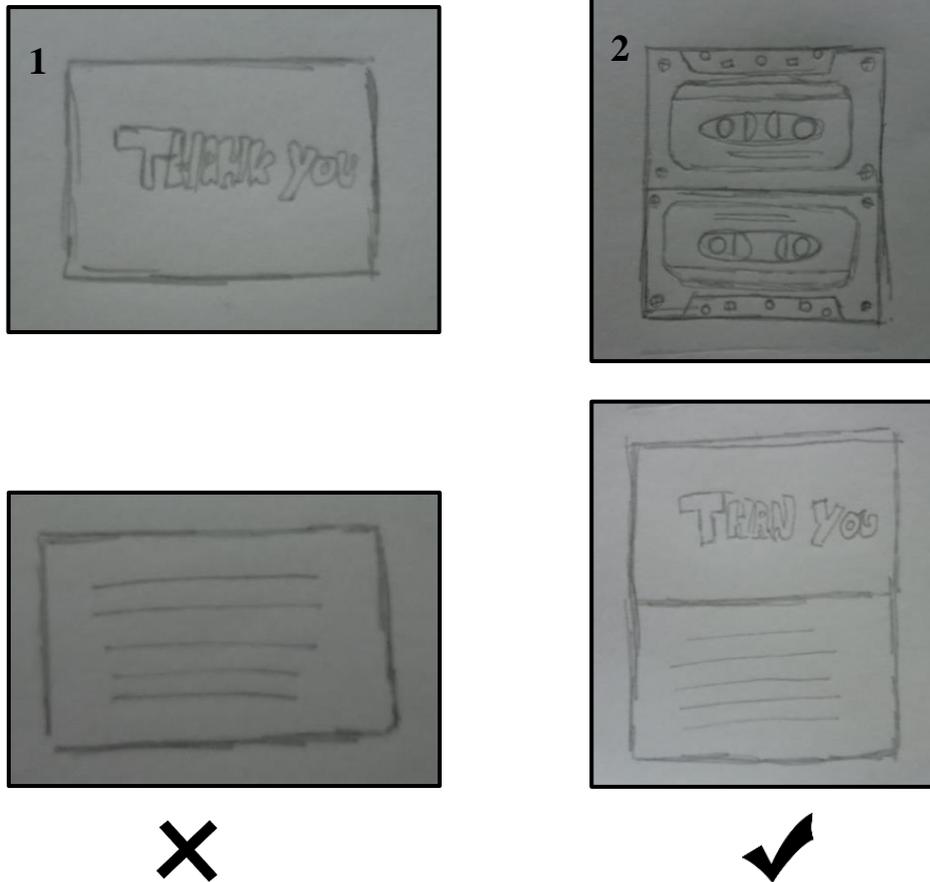


(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 3.10 Sketsa Alternatif *Mock-up Tote bag***

Sketsa nomor 1 tidak dipilih karena lebih menonjolkan satu personel tertentu dibandingkan keseluruhan grup musik. Sementara itu, sketsa nomor 2 juga tidak dipilih karena dirasa kurang merepresentasikan grup hip-hop Klempang Liut. Akhirnya, sketsa yang dipilih adalah sketsa nomor 3 karena desain logo hurufnya yang sederhana dan konsepnya sesuai dengan permintaan yang diajukan oleh Klempang Liut.

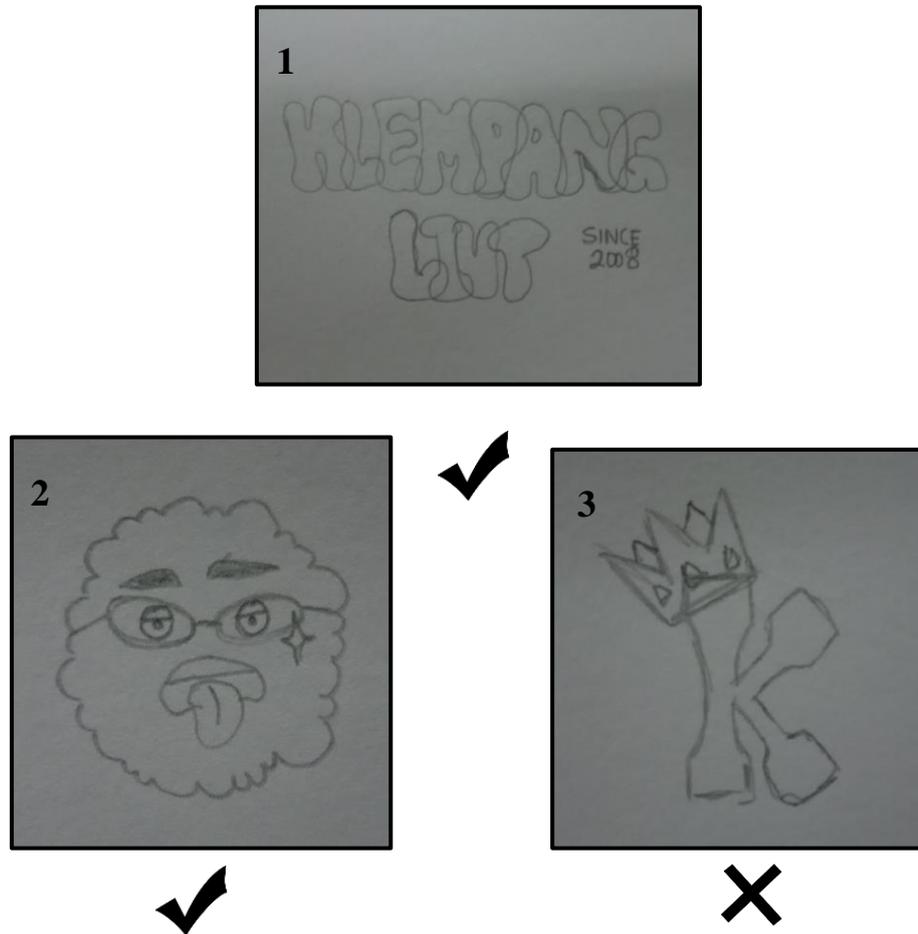
d. Sketsa *thanks card*



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 3.11 Sketsa Alternatif *Thanks Card***

Dalam sketsa alternatif untuk kartu ucapan terima kasih, sketsa nomor 1 tidak dipilih oleh penulis karena bentuknya yang biasa sehingga kurang menarik untuk dilihat. Sebaliknya, sketsa nomor 2 dipilih karena memiliki bentuk yang unik, dengan tampilan seperti *cassette tape* pada desain bagian luarnya dan berisi ucapan terima kasih pada bagian dalam kartu.

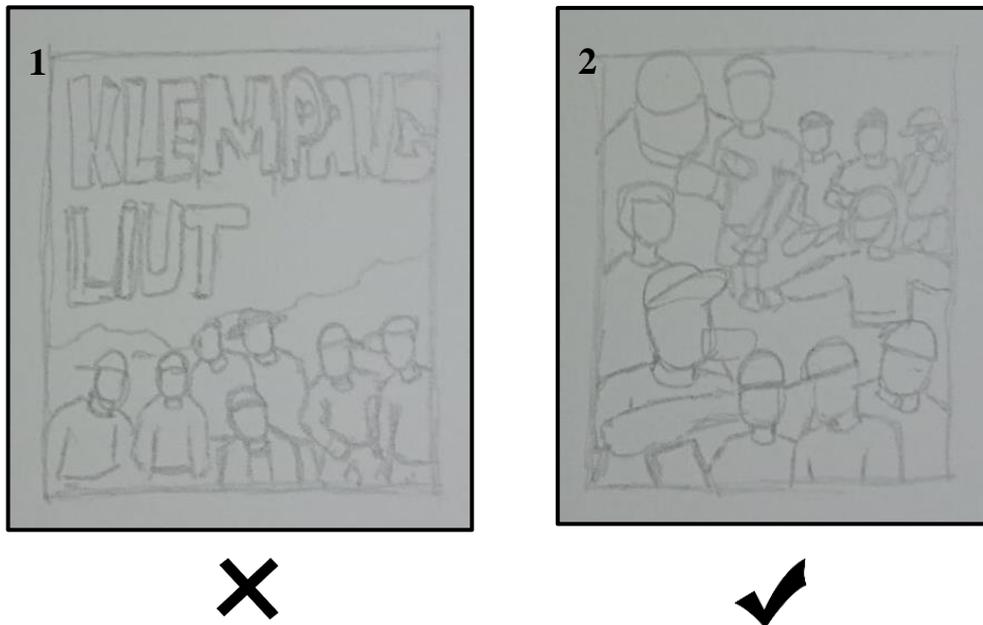
e. Sketsa *sticker*

(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 3.12 Sketsa Alternatif *Sticker***

Untuk sketsa alternatif nomor 3 tidak dipilih karena pada desain tersebut bentuknya dianggap kurang fleksibel dan terlalu sederhana. Sebaliknya, sketsa alternatif nomor 1 dan juga 2 merupakan sketsa yang menampilkan desain yang lebih beragam, sehingga membuat stiker menjadi terlihat lebih menarik.

f. Sketsa poster



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 3.13 Sketsa Alternatif Poster**

Sketsa alternatif nomor 1 tidak dipilih karena ukuran dan penempatan teks Klempang Liut di bagian atas poster terlalu besar dan mendominasi elemen lainnya. Hal ini menyebabkan ketidakseimbangan visual dan mengalihkan perhatian dari elemen penting lainnya. Sebaliknya, sketsa alternatif nomor 2 menampilkan tata letak yang variatif namun terstruktur, memberikan kesan visual yang dinamis dan menarik. Meskipun gambar tersebar di seluruh poster, penempatannya tetap terorganisir dengan baik sehingga pesan mudah dipahami.

### 3.3.2 Konsep Huruf

Penulis menggunakan dua jenis huruf dalam konsep huruf desain *packaging* ini. Huruf pertama yang digunakan adalah *heroes legend*, yang menjadi huruf utama untuk nama Klempang Liut. *heroes legend* dikenal karena sifatnya yang memberikan kesan tegas, penuh gaya, kreatif, dan menarik.



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 3.14 Huruf *Heroes Legend***

Selanjutnya, huruf yang akan digunakan adalah huruf *franklin gothic demi*, yang menampilkan karakter kuat, modern dan memiliki tingkat keterbacaan yang baik, sehingga memudahkan pembaca untuk mengidentifikasi teks dengan jelas. Penggunaan huruf *Franklin Gothic Demi* ini direncanakan untuk kalimat slogan yang akan ditempatkan di bagian bawah huruf utama yang mencantumkan nama Klempang Liut.

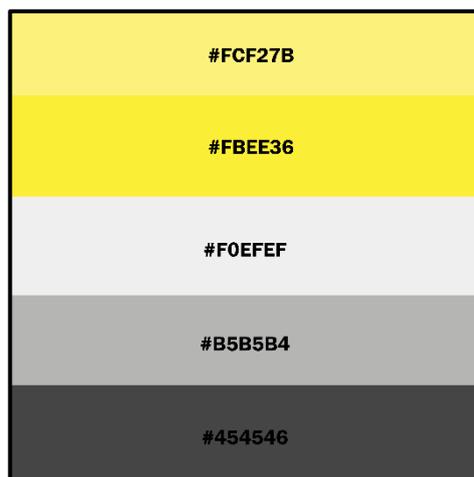


(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 3.15 Huruf *Franklin Gothic Demi***

### 3.3.3 Konsep Warna

Pengertian warna menurut Hendratmat (2017) warna adalah salah satu komponen desain yang membentuk keindahan sekaligus menimbulkan persepsi psikologis, sugesti, suasana tertentu. Penulis memilih untuk menggunakan warna-warna yang telah dijelaskan dalam *design brief* awal.



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 3.16 Warna Kuning, Putih, Abu-Abu dan Hitam**

Terdapat beberapa jenis warna yang penulis gunakan dalam perancangan *packaging merchandise* ini. Salah satunya adalah warna kuning, yang juga menjadi warna dari logo Klempang Liut. Warna kuning ini melambangkan kebahagiaan, optimisme, dan pencerahan kreativitas. Selanjutnya putih, Warna putih seringkali dikaitkan dengan kesucian, kebaikan, dan kebersihan. Secara simbolis, warna putih menggambarkan kebenaran dan juga melambangkan keagungan. Dan terakhir hitam, warna hitam merupakan warna latar pada logo kelempang liut. Warna hitam sering dikaitkan dengan kewibawaan, kehormatan, kekuatan, bahkan kemewahan dengan kesan elegan.

### **3.4 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, penulis menggariskan batasan ruang lingkup penelitian ini. Fokus penelitian hanya terbatas pada perancangan desain kemasan *merchandise* untuk grup hip-hop Klempang Liut.

### **3.5 Alat dan Bahan Penelitian**

Dalam proses perancangan desain *packaging merchandise* ini, tentu saja penulis membutuhkan alat dan bahan yang mendukung dalam mewujudkan ide tersebut. Berikut adalah beberapa alat dan bahan yang akan digunakan:

#### **3.5.1 Alat**

Dalam proses pembuatan ini penulis menggunakan beberapa alat yang berupa:

1. Alat tulis.
2. Laptop.

3. Perangkat lunak *Adobe Illustrator*
4. Perangkat lunak *Adobe Photoshop*

### 3.5.2 Bahan

Dalam pembuatan *packaging merchandise* ini, penulis menggunakan *corrugated box* yang terbuat dari kertas *kraft*. Penulis memilih bahan ini karena praktis digunakan, hemat biaya, ringan, dapat di daur ulang dan dapat digunakan berulang.

### 3.6 Tahap Pengerjaan

Metode yang diterapkan dalam perancangan desain *packaging* ini adalah dengan menggunakan metode perancangan Chuck pada contoh proses desain kemasan dengan studi kasus “*(Baking Mix) Quick & Easy to make Blueberry Muffins*”.

1. Mengerti masalah dan menentukan solusi. Misalnya visual kemasan harus menunjukkan kualitas, jelas dan terorganisir.

Adapun Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana menciptakan desain *merchandise* yang selaras dengan identitas grup hip-hop Klempang Liut, serta menjadikan desain tersebut unik agar dapat menarik minat penggemar dan para penikmat musik. Untuk solusi dari masalah tersebut adalah dengan membuat desain merujuk pada *design brief* yang diberikan oleh Klempang Liut dan melakukan riset tentang tren desain yang diminati oleh para penikmat musik saat ini.

2. Menentukan hirarki, membuat list elemen dan menentukan letak elemen pada panel. Elemen kemasan meliputi nama produk, nama perusahaan,

logo (disetiap panel), ilustrasi (foto/gambar), slogan, instruksi saran penyajian, diagram penyajian, resep tambahan, informasi nutrisi, berat bersih, bahan, alamat perusahaan/telp suara konsumen/alamat *website*, *universal product code (UPC) barcode*, *symbol recycle*, dan instruksi membuka kemasan.

List elemen yang akan disertakan dalam pembuatan *merchandise* ini mencakup:

a. Nama Produk

Nama produk ini adalah Klempang Liut *box set*. Produk ini akan berisi berbagai jenis barang, termasuk kaos, *tote bag*, *thanks card*, poster dan *sticker*. Ini adalah *merchandise* yang menggunakan tema dari Klempang Liut itu sendiri, termasuk diambil dari lagu, *EP*, atau album mereka.

b. Logo

Produk ini akan menggunakan logo Klempang Liut dalam desain *packaging merchandise ini* yang tempatkan pada bagian belakang kotak.

c. Slogan

Slogan pada produk ini bertuliskan palembang hip-hop *movement* yang diletakkan dibagian bawah nama Klempang Liut.

d. Ilustrasi

Untuk konsep ilustrasi, penulis akan menggunakan gambar *boombox* dengan gaya kartun sesuai dengan *design brief* yang

diberikan oleh grup hip-hop Klempang liut . Ilustrasi tersebut akan dibuat menggunakan perangkat lunak *Adobe Illustrator*.

3. Desain tahap pertama, membuat sketsa *thumbnail*. Membuat alternatif komposisi visual, peletakan, ukuran elemen, kombinasi warna, alur informasi, dan pemilihan *font*.

Pada desain tahap pertama ini, penulis membuat sketsa *packaging*, menentukan komposisi visual, merancang *layout* pada desain *packaging*, serta memilih kombinasi warna yang sesuai dan menentukan *font* yang cocok.

4. Pemetaan, mengaplikasikan hirarki elemen pada panel sesuai sketsa terpilih.

Pada tahap ini, penulis menyusun letak beberapa elemen desain pada sketsa yang telah dipilih, seperti ilustrasi, tipografi, dan elemen lainnya, sehingga mencapai bentuk visual yang menarik dan memiliki estetika yang baik.

5. Mengaplikasikan desain pada template kemasan.

Dalam tahap ini, penulis mentransformasikan sketsa dari medium kertas menjadi bentuk digital menggunakan perangkat lunak *Adobe Illustrator*.

6. Membuat *mock-up*, untuk melihat bagaimana kemasan di tangan, dilihat dari sudut dan jarak berbeda, dan diletakkan pada kemasan.

*Mock-up* dibuat menggunakan material yang sesuai dengan yang akan diproduksi, sehingga memungkinkan penilaian tampilan yang lebih akurat. Dalam tahap ini, penulis merancang *packaging merchandise* untuk grup hip-hop Klempang Liut.

Inilah metode yang penulis gunakan sebelum merancang desain kemasan *merchandise* untuk grup hip-hop Klempang Liut.

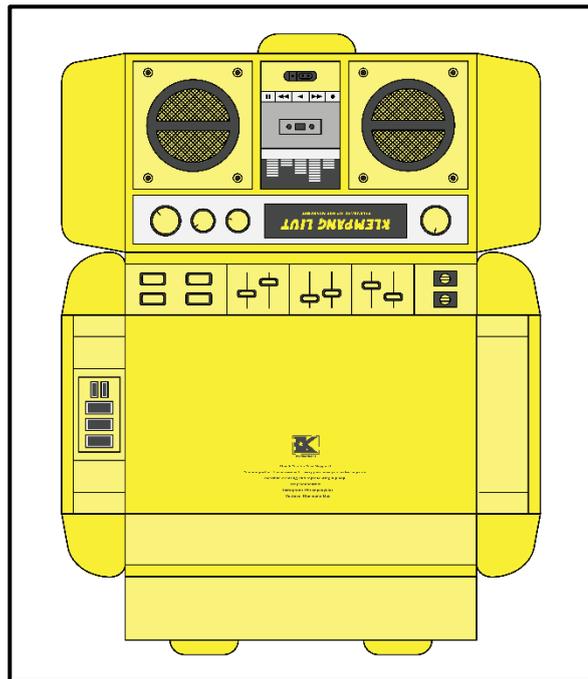
## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil**

Berikut adalah tahapan perancangan menggunakan metode proses desain kemasan Chuck Groth sehingga menghasilkan sebuah *packaging merchandise*:

1. Pada tahap pertama, penulis membuat berbagai sketsa alternatif untuk kemasan primer serta sketsa vektor untuk merchandise. Penulis menggunakan alat tulis seperti kertas, pensil, dan penghapus untuk menghasilkan beberapa pilihan desain. Proses ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai ide dan konsep yang dapat digunakan dalam desain akhir.
2. Setelah membuat beberapa sketsa alternatif, penulis memilih sketsa kemasan primer yang dianggap paling cocok. Sketsa yang terpilih ini kemudian diubah menjadi bentuk digital menggunakan software Adobe Illustrator. Tahap ini melibatkan digitalisasi dan penyempurnaan desain untuk memastikan setiap detail terlihat jelas.
3. Setelah itu penulis menambahkan elemen-elemen seperti logo band, slogan, serta menyesuaikan warna sesuai dengan yang telah ditetapkan ke dalam bentuk digital. Proses ini memastikan bahwa semua elemen visual harmonis dan sesuai dengan identitas merek yang ingin disampaikan.



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 4.1** *Mock-up Packaging Merchandise*

Penulis memilih untuk menggunakan *corrugated box* dari bahan kertas kraft sebagai wadah untuk mengemas produknya. Dengan bentuk *boombox* mengadopsi gaya desain yang menghadirkan tampilan kartun yang ceria dan modern, *corrugated box* ini tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus, tetapi juga sebagai penambah daya tarik visual yang membuat produk menjadi lebih menonjol dan memikat perhatian. Terdapat informasi mengenai beberapa akun sosial media Klempang Liut pada bagian belakang kotak.

4. Setelah desain kemasan telah selesai, penulis selanjutnya membuat *mock-up* seperti mug, *t-shirt*, *tote bag* serta stiker. Penulis memasukan logo kemasan kedalam *mock-up* tersebut.

a. *T-shirt*



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 4.2 *Mock-up T-shirt***

Penulis telah memilih untuk menggunakan *t-shirt* berwarna hitam polos yang terbuat dari bahan kain *cotton combed 20s*, yang dikenal akan kelembutan dan kenyamanannya. Untuk menambahkan tampilan yang menarik, hasil ilustrasi yang telah dibuat akan disablon pada bagian depan kaos, dengan posisi yang sedikit lebih tinggi dari pusat. Proses sablon dilakukan menggunakan sablon kornit dengan *finishing curing*, yang dikenal akan ketahanan dan kejelasan warnanya.

b. *Tote bag*



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 4.3** *Mock-up Tote bag*

*Tote bag* ini dipilih dengan menggunakan bahan *baby canvas*, dengan dimensi yang luas mencakup lebar 30 cm dan panjang 35 cm. Desain yang telah dipersiapkan akan diaplikasikan hanya pada satu sisi *tote bag*, memberikan konsep minimalis dan fokus lebih bagi desain huruf. Bagian tengah *tote bag* yang berwarna hitam, akan menjadi tempat utama untuk desain huruf tersebut. Proses aplikasi ilustrasi dilakukan dengan menggunakan sablon DTF. Dengan kombinasi bahan berkualitas dan desain huruf yang menarik *tote bag* ini akan menjadi aksesoris bergaya dan ekspresi visual bagi penggunanya.

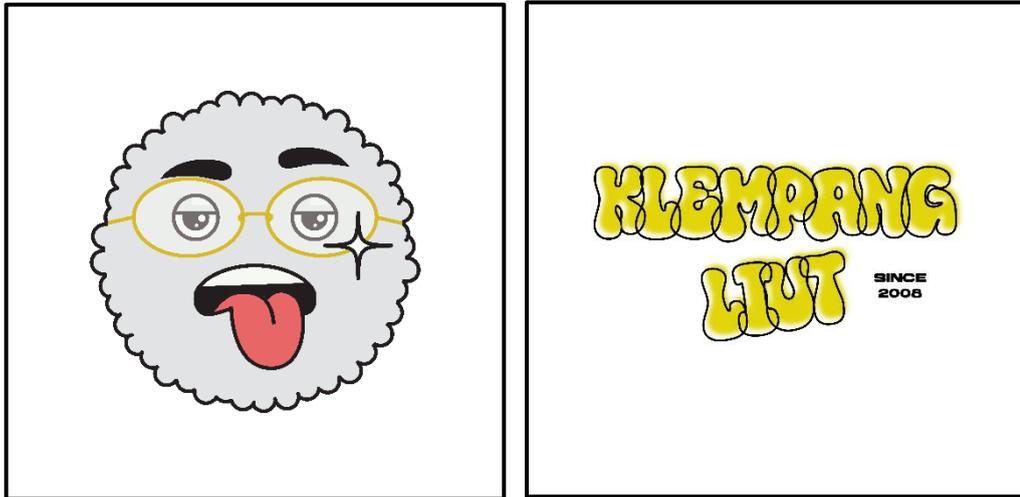
c. *Thanks Card*



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 4.4** *Mock-up Thanks Card*

*Thanks card* ini telah dirancang memiliki lebar 10 cm dan tinggi 6,5 cm. Proses pencetakan menggunakan kertas konstruk dan memakai warna yang senada dengan logo Klempang Liut. Dengan menggunakan desain *cassette tape* yang memiliki keterikatan dengan budaya hip-hop membuat desain *thanks card* ini cocok bila menjadi salah satu pelengkap dalam *box set merchandise* Klempang Liut. *thanks card* ini biasa digunakan sebagai sarana untuk mengungkapkan rasa terima kasih kepada pelanggan yang telah memilih dan membeli produk. Dengan menyertakan *thanks card* ini dalam setiap pembelian, tidak hanya menunjukkan apresiasi mereka terhadap setiap pelanggan, tetapi juga menciptakan ikatan emosional yang kuat antara merek dan konsumen.

d. *Sticker*

(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 4.5** *Mock-up Sticker*

*Sticker* ini akan dibuat dalam ukuran 5 cm x 5 cm. Untuk memastikan kualitas dan daya tahan, *sticker* ini diproduksi menggunakan jenis *sticker chromo*. *Sticker chromo* dipilih karena memiliki beragam keunggulan, seperti permukaan yang halus dan mengkilap, tahan air dan tekstur menyerupai plastik. Selain itu, pemasangan stiker kromo sangat mudah dan daya tahannya yang baik menjadikannya pilihan yang populer untuk keperluan promosi dan *branding*.

## e. Poster



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 4.6 Mock-up Poster**

Poster ini akan berukuran 21 x 29,7 cm dan dicetak menggunakan kertas *art carton* yang tahan lama. Permukaan halus dan mengkilapnya menghasilkan warna yang tajam dan jelas. Penggunaan warna kuning pada teks dan elemen grafis memberikan kontras kuat dengan latar belakang hitam putih, membuat teks lebih mudah dibaca.



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

#### **Gambar 4.7 Palcomtech Student Project Exhibition 2024**

Gambar diatas merupakan tampilan dari stan pameran kami yang mempromosikan produk Klempang Liut *Box Set*. Di stan tersebut terdapat beberapa produk *merchandise* yang dipajang, termasuk kaos hitam yang digantung di dinding, *tote bag* hitam dengan logo Klempang Liut, beberapa *box packaging*, *sticker* serta *thanks card* dan poster yang ditata di atas meja. Di sebelah kanan foto, terdapat *standing banner* yang menunjukkan gambar *box set* tersebut, yang terdiri dari kaos, *tote bag*, dan beberapa item lainnya. Tulisan pada banner berbunyi, "*Support Your Local Hip-hop Movement!*" yang menggambarkan dukungan terhadap gerakan hip-hop lokal.



(Sumber: Muhammad Jhonsen Syafrandi, 2024)

#### **Gambar 4.8 Foto Bersama Dosen dan Wakil Rektor**

Foto ini diambil setelah penulis selesai melakukan presentasi hasil karya tugas akhir desain komunikasi visual kepada dosen dan wakil rektor yang mengunjungi stan pameran *Klempang Liut box set* pada acara *palcomtech student project exhibition 2024*. Kehadiran dosen dan wakil rektor di stan pameran tersebut tidak hanya menunjukkan apresiasi mereka terhadap karya penulis, tetapi juga memberikan dukungan penuh universitas terhadap kreativitas mahasiswa dalam mempromosikan musisi lokal Palembang. Dukungan ini sangat penting dalam memberikan semangat dan dorongan kepada mahasiswa untuk terus berkarya.



(Sumber: Muhammad Jhonsen Syaftriandi, 2024)

#### **Gambar 4.9 Foto Bersama Pemenang Piagam Penghargaan**

Foto ini diambil ketika penulis berhasil memenangkan kategori *best skills and workmanship* pada acara *palcomtech student project exhibition 2024*. Penulis bersama beberapa pemenang kategori lainnya sedang berdiri di atas panggung sambil memegang piagam penghargaan untuk melakukan foto bersama. Acara ini merupakan bagian puncak sekaligus penutup dari rangkaian *student project exhibition 2024* yang diselenggarakan oleh palcomtech. Rektor, wakil rektor dan para dosen juga ikut serta menyaksikan penutupan dari acara ini.

#### **4.2 Pembahasan**

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, telah dihasilkan sebuah karya berupa desain *packaging merchandise* untuk grup hip-hop Klempang Liut. Proses perancangan ini mengikuti metode desain kemasan Chuck Groth dan melalui beberapa tahap penting.

Pada tahap awal, penulis membuat beberapa sketsa alternatif untuk kemasan primer serta sketsa *vector merchandise*. Tahapan ini membantu dalam mengeksplorasi berbagai desain yang dapat diterapkan.

Kemudian, dari berbagai sketsa yang dibuat, penulis memilih satu sketsa kemasan primer yang dianggap paling sesuai. Sketsa terpilih ini kemudian diaplikasikan ke dalam bentuk digital menggunakan perangkat lunak *adobe illustrator* dan *adobe photoshop*. Proses ini melibatkan penentuan komposisi visual, pemilihan kombinasi warna yang tepat, dan pemilihan *font* yang sesuai untuk memperkuat identitas visual produk.

Selama proses pembuatan, penulis menghadapi beberapa kendala. Salah satunya adalah sulitnya menentukan waktu untuk wawancara karena kesibukan masing-masing. Secara keseluruhan, meskipun ada beberapa kendala, penulis berhasil menyelesaikan desain *packaging* yang diharapkan dapat memberikan nilai tambah dan memperkuat identitas grup musik Klempang Liut.

Penelitian terdahulu yang menjadi referensi utama dalam perancangan desain kemasan *merchandise* ini mencakup beberapa studi yang relevan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan bahan perbandingan dan referensi yang mendukung pengembangan karya ilmiah ini. Sumber informasi yang ditemukan berasal dari berbagai jurnal yang relevan.

Penelitian pertama dilakukan oleh Septiandi, Viatra, dan Prasetya (2021) dengan judul "Perancangan *Packaging* Gulo Puan Makanan Tradisional Palembang". Penelitian ini membahas desain kemasan untuk gulo puan, makanan tradisional khas Palembang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain yang

menarik dan praktis sangat penting untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar lokal dan nasional. Gulo puan, yang terbuat dari susu kerbau dan gula, memiliki potensi besar karena kandungan nutrisinya yang tinggi dan sejarah budayanya yang kaya. Penelitian ini menekankan pentingnya desain kemasan yang praktis dan menarik, dengan konsep yang mencerminkan identitas produk.

Penelitian kedua dilakukan oleh Luthfy (2022) dengan judul "Strategi Komunikasi Pemasaran *Merchandise* Band .Feast di Masa Pandemi Covid-19". Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh band .Feast selama masa pandemi Covid-19. Penelitian ini fokus pada empat elemen pemasaran yaitu produk, harga, tempat, dan promosi, yang memberikan wawasan tentang bagaimana sebuah strategi dapat disesuaikan dengan situasi krisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *merchandise* band .Feast, terutama kaos dengan desain sederhana namun bermakna, berhasil menarik minat pembeli melalui *platform e-commerce* maupun penjualan langsung.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Wijayanti (2023) dengan judul "Perancangan *Merchandise* Band '*The Rentenir*' Menggunakan Pendekatan Gaya Visual K-pop". Penelitian ini membahas cara merancang *merchandise* untuk band "*The Rentenir*" dengan menerapkan gaya visual K-pop. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan penggemar melalui desain yang menarik dan sesuai dengan tren visual yang sedang populer di kalangan penggemar musik K-pop.

Penelitian-penelitian tersebut memberikan dasar ilmiah yang kuat dalam perancangan desain kemasan *merchandise*. Tidak hanya menghindari kesamaan dengan penelitian sebelumnya, tetapi juga memperkaya pengembangan ide dengan

berbagai strategi dan pendekatan yang telah terbukti efektif di berbagai konteks. Oleh karena itu, hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya ini sangat berguna dalam menginformasikan keputusan desain dan strategi pemasaran yang diusulkan dalam penelitian ini.

Penelitian-penelitian tersebut membuktikan bahwa aspek visual dan strategi pemasaran sangat penting dalam desain *packaging merchandise*. Desain yang menarik dan praktis dapat meningkatkan daya tarik produk, sementara strategi komunikasi pemasaran yang efektif dapat membantu produk tersebut dikenal lebih luas di pasar. Hasil perancangan proyek Laporan Tugas Akhir ini ditampilkan dalam bentuk cetak berupa *packaging Klempang Liut box set* sebagai karya utama beserta isinya, serta beberapa karya pendukung lainnya.

#### **4.2.1 Karya Pendukung**

Karya pendukung yang penulis gunakan untuk pameran tugas akhir, berupa sebuah *X-banner*. *Banner* ini berisi informasi dan gambar tentang Klempang Liut *box set*, termasuk desain produk seperti kaos, *tote bag*, dan *box packaging*. Di bagian atas *banner* terdapat logo Klempang Liut dan tulisan Klempang Liut *box set* yang mencolok. Bagian bawah *banner* menampilkan slogan *support your local hip-hop movement!* serta informasi kontak dan media sosial. *X-banner* ini dirancang untuk menarik perhatian pengunjung pameran dan memberikan informasi yang jelas tentang produk yang dipamerkan.



(Sumber: Oktavian Akbar & Rio Ramadhan, 2024)

**Gambar 4.10** *Mock-up X Banner*

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari data yang telah dikumpulkan dari perancangan desain *packaging merchandise* grup hip-hop klempang liut, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Packaging merchandise* harus mampu mencerminkan karakter dan gaya musik hip-hop yang khas dari Klempang Liut. Desain yang tepat akan memperkuat citra merek dan daya tarik visual.
2. Desain *packaging* yang inovatif dan sesuai dengan tren pasar saat ini dapat menarik perhatian konsumen lebih luas, tidak hanya penggemar setia, tetapi juga calon konsumen baru.
3. Selain estetika, *packaging* yang dirancang harus mempertimbangkan aspek efisiensi dan fungsionalitas. *Packaging* yang mudah dibawa, tahan lama, dan melindungi produk dengan baik akan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perancangan desain *packaging merchandise* grup hip-hop Klempang Liut. Terdapat beberapa saran yang dapat diberikan agar perancangan desain *packaging merchandise* yang lain dapat lebih baik lagi, yaitu:

1. Dibutuhkannya inovasi dan kreatifitas dalam pembuatan suatu desain *packaging merchandise* agar konsep dapat lebih mudah diwujudkan.
2. Penelitian tentang desain *packaging merchandise* untuk grup musik masih jarang dibahas dalam penulisan ilmiah sehingga membuat penulis sedikit kesulitan. Oleh karena itu, disarankan untuk penelitian berikutnya lebih memperdalam perancangan kemasan *merchandise* untuk grup musik tersebut agar hasilnya optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfajar, A., Indrosaptono, D., & Riskiyanto, R. (2014). *Sekolah Tinggi Musik Semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Teknik Universitas Diponegoro).
- Anam, S., Mubarat, H., & Prasetya, D. (2018). *Perancangan Buku Pop-up Cerita Rakyat Bagus Kuning Untuk Anak-anak*. Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya, 3(1).
- Anwar, & Sutoyo. (2014). *Pemahaman Individu Observasi*. Jakarta : Pustaka Pelajar.
- Aprizal, Y., Syafrandi, M. J., & Hidayat, F. (2024). *Penerapan Metode Waterfall Dalam Membangun Aplikasi Pemberitahuan Tanggal Jatuh Tempo Piutang Outlet Pada PT Bintang Suryasindo*. BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu, 3(1), 7-13.
- Hadiwijaya, H., & Febrianty, F. (2020). *Pemanfaatan Aplikasi Penjualan dan Stok Barang untuk Pengrajin Perkakas Rumah Tangga Berbahan Aluminium*. IKRA-ITH ABDIMAS, 3(3), 84-90.
- Hadiwijaya, H., & Hanafi, A. (2013). *Pengaruh Budaya Dan Komitmen Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Studi Pada PT. Astra International, Tbk â€œHonda Sales Operation Kanwil Palembang)*. Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen, 10(2), 61-76.
- Hadiwijaya, H., & Prasetya, D. (2023). *Meningkatkan Kualitas Produk dan Daya Saing melalui Inovasi dan Pemasaran Digital Pada Pengrajin Sangkar Burung di Palembang*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 1(5), 289-295.
- Hadiwijaya, H., Prasetya, D., & Syahrul, Y. (2022). *Perbaikan Manajemen Usaha dan Peningkatan Kualitas Porduk Pada Pengrajin Gerabah di Kabupaten Banyuasin*. Abdimas Mandalika, 2(1), 58-65.

- Hendratmat, H. (2017). *Computer Graphic Design* (1 ed.). Bandung: Informatika.
- Januariyansah, S. (2018). *Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Julianti, & Sri. (2014). *The Art of Packaging*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, & Keller. (2013). *Marketing Management fourteenth edition*. London: Pearson Education.
- Maharsi, I. (2018). *Ilustrasi*. Yogyakarta: Dwi - Quantum.
- Mio, V. (2019). *Tinjauan Persepsi Visual Penggemar Terhadap Kemasan Wanna One Summer Package Menggunakan Teori Alhazen*.
- Muhammad, L. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise Band .FEAST Di Masa Pandemi COVID-19*.
- Noviadji, & Benny, R. (2014). *Desain Kemasan Tradisional dalam Konteks Kekinian*. Surabaya: Institut Informatika Indonesia (IKADO).
- Phetorant, & Dimas. (2018). *Psikologi dan Musik*. Jakarta: CV. Nada Group.
- Phetorant, & Dimas. (2020). *Peran musik dalam film score*. *Journal of Music Science, Technology, and Industry*, 3(1), 91-102.
- Pratama, A. D., & Nisa, D. A. (2023). *Perancangan merchandise untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan media pendukung thrift second*. *Musyari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2(3), 1-10.
- Pratama, R. A. A., Mahmud, M., Aprizal, Y., Syaftriandi, M. J., Setiawan, E., & Rieni, N. E. (2023). *Penerapan Metode Black Box dalam Pengujian Aplikasi Informasi Stok Barang pada PT. Trimega Jaya Medika Berbasis Web*. *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*, 9(1), 174-183.
- Pratiwi, S. L., Andrispa, B., & Prasetya, D. (2023). *Perancangan Desain Kemasan Kue Suri Makanan Khas Palembang*. *MDP Student Conference* (Vol. 2, No. 2, pp. 587-592)
- Priyambodo, B. (2021). *LKP: Perancangan Destination Branding Desa Karumbu, Kecamatan Langgudu, Kabupaten Bima* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).

- Rasa, I. N. M. A. G., Astiti, M. P., Eryani, I. A. A. P., Yudiastari, I. N. M., & Semaryani, I. A. A. M. (2023). *Pentingnya kemasan dalam pemasaran produk*. Denpasar: Scopindo Media Pustaka.
- Resky, R., & Defrizal, S. (2024). *Promosi Merchandise Band Norbit*. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 3(1), 261-268.
- Saraswati, D. W. (2023). *Perancangan Merchandise Band" The Rentenir" Menggunakan Pendekatan Gaya Visual K-Pop*.
- Sayuti, A. J., Febrianty, F., Hadiwijaya, H., & Sepriansyah, A. A. G. (2021). *Perbaikan Manajemen Usaha Kelompok UKM Rumah Tajung Antiq (RTA) Penghasil Kain Tenun Tajung Dan Blongsong Khas Palembang Dalam Menghadapi Era New Normal*. Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat (KOPEMAS) 2020.
- Septiandi, R., Viatra, A. W., & Prasetya, D. (2021). *Perancangan Packaging Gulo Puan Makanan Tradisional Palembang*. *Journal Of Craft Education, Craft Design And Creative Industries*, 1(1), 19-31.
- Setiawan, M. F. (2021). *Beat, Rima, Dan Perlawanan: Perkembangan Musik Hip-hop Di Indonesia (1993-2018)*. Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2017). *Sosiologi Musik*. Yogyakarta: Lontar Mediatama.
- Suwartono. (2014). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Syaftriandi, M. J. (2021). *Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Palcomtech for Android Menggunakan Metode Pieces di STMIK-Poltek Palcomtech*. *Teknomatika*, 11(01), 41-50.
- Syaftriandi, M. J., & Pratama, R. A. A. (2022). *Rancang Bangun Edugame Pembelajaran Information Technology Menggunakan Adobe Flash Actionscript 3.0*. *Teknomatika*, 12(02), 187-198.
- Syaftriandi, M. J., Pratama, R., & Prasetya, M. T. (2023). *Pelatihan Desain Grafis*

*Lanjutan untuk Media Promosi dan Kebutuhan Konten Sosial Media di Balai Diklat Keagamaan Kota Palembang. Prosiding ABDIMAS CORISINDO 2023.*

Tama, A. K. W., Novena, M. D., & Lestari, S. (2017). *Perancangan Merchandise Guna Menunjang Efektivitas Promosi*. *Journal Sensi*, 3(1), 92-104.

Tinarbuko, & Sumbo. (2015). *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.

Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). *Bahan Ajar Kursus Dan Pelatihan Desain Grafis. In Pengantar Desain Grafis*. Jakarta.

Wijaya, D. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Zharandont, & Patricia. (2015). *Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia*. Bandung: Universitas Telkom118.



KEMERDEHAAN  
BERSAMA-SAMA

NOT ME

Yeh

**KLEMPANG LIUT**  
Jl. Merdeka, Kec. Tanjung Batu, Kab. Ogan Ilir  
Sumatera Selatan 30114

---

Palembang, 4 April 2024

Kepada Yth :  
Kepala Program Studi D3 Desain Komunikasi Visual  
Bapak Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.  
Di Tempat.

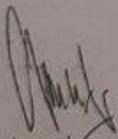
Dengan hormat,

Sehubungan dengan kami terima surat permohonan izin dari Program Studi D3 Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech perihal izin melakukan penelitian dalam pencarian informasi/data pada band kami terkait dengan penyusunan Laporan Tugas Akhir dengan ini menyetujui memberi izin kepada:

No.	Nama	NPM	Program Studi
1.	Oktavian Akbar	061210017	Desain Komunikasi Visual
2.	Rio Ramadhan	061210012	Desain Komunikasi Visual

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan agar sekiranya bermanfaat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya. atas perhatiannya kami mengucapkan terima kasih.

Hormat Kami,  
Klempang Liut

  
Eka Prasetya Adhy Sugara

---



# SURAT PERSETUJUAN TOPIK & JUDUL LTA

Kode Formulir :  
FM-IPCT-BAAK-PSB-043

Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Kepada Yth.  
Ka.Prodi Desain Komunikasi Visual  
di tempat.

Palembang, 30 Januari 2024

Dengan hormat,  
Saya yang Bertanda tangan di bawah ini :

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

No	NPM	Nama	IPK	Semester	Sesi Belajar	No.HP
1.	061210017	Oktavian Akbar	3,79	6	Pagi	0895631578316
2.	061210012	Rio Ramadhan	3,84	6	Pagi	085174314337

Mengajukan LTA dengan topik :

Desain Grafis

Dengan melampirkan deskripsi awal penelitian yang terdiri dari :

- Objek Penelitian
- Apa yang akan diteliti dari objek
- Metode Pengembangan/analisis yang digunakan
- Tujuan / hasil yang diharapkan dari penelitian

Rekomendasi Nama Pembimbing : .....

Menyetujui,  
Wakil Rektor 1,

Mengetahui,  
Ka. Prodi. ....

Judul LTA (dalam bahasa Indonesia dan Inggris):

1. Perancangan desain packaging merchandise band flying cockroaches  
(designing the packaging for the flying cockroaches band merchandise)

2. Penggarapan packaging merchandise band flying cockroaches sebagai media promosi

Diusulkan judul nomor : .....

Pemohon,  
Mahasiswa 1,

Mahasiswa 2,

Menyetujui,  
Pembimbing

Mengetahui,  
Ka. Prodi .....

Mengesahkan  
Wakil Rektor 1

  
M. JHONSEN S  
dr. Marsch. ATY

- Diperbanyak 1 kali : Asli diserahkan ke BAAK dan copy diarsip Mahasiswa
- Form ini wajib dikembalikan ke BAAK pada saat pengumpulan berkas untuk pengajuan ujian



FORMULIR

KONSULTASI LAPORAN TUGAS AKHIR  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS  
PALCOMTECH

Kode Formulir FM-IPCT-BAAR-PSB-045	Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH
	Tahun Akademik :

NO	NPM	Nama	Prodi	Semester
1	061210017	Oktavien Akbar	Desain Komunikasi Visual	6
2	061210012	Rio Ramadhan	Desain Komunikasi Visual	6
3				

Judul Laporan Tugas Akhir :

Pertemuan Ke-	Tanggal Konsultasi	Batas Waktu Perbaikan	Materi yang Dibahas / Catatan Perbaikan	Paraf Pembimbing
1.	08.3.24	14.3.24	Perbaiki bab I	f
2.	13. Mar 24	20.3.24	- Revisi bab I - Revisi bab II	f
3	21.03.24	22.3.24	- Revisi Bab I, II. lanjut Bab III	f
4.	22.3.24	25.3.24	Revisi Bab III	f
5.	25.3.24		Bab I, II, III - Capaian Pustaka dan Ujra.	f
6.	16.4.24		- lanjut wawancara - perbaikan Proposal.	f
7.	12.6.2024		- Revisi Proposal	f
8	15.6.2024		- Revisi Proposal.	f.
9.	13.6.2024	17.6	- Revisi Laporan	f.
10	13.6.2024		- Revisi Ujra	f.

Palembang,  
Dosen Pembimbing

*[Signature]*

## SURAT PERNYATAAN UJIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Oktavian Akbar  
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang / 31 Oktober 2002  
Prodi : D3 Desain Komunikasi Visual  
NPM : 061210017  
Semester : 6  
No. Telp/ Hp : 0895631578316  
Alamat : Jl. Malaka IV No 23, RT 014 RW 003, kel. Bukit Satekal  
kec. Kalidomji

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Laporan ini saya buat dengan sebenarnya dan berdasarkan sumber yang benar.
2. Objek tempat saya melaksanakan laporan berbentuk CV/PT/Pemerintahan/SMA sederajat dan dinyatakan masih aktif beroperasi hingga saat ini
3. Data perusahaan dalam laporan LTA ini benar adanya dan bersifat valid.
4. Laporan ini bukan merupakan hasil plagiat/menjiplak karya ilmiah orang lain
5. Laporan ini merupakan hasil kerja saya sendiri (bukan buatan/dibuatkan orang lain)
6. Buku referensi yang saya gunakan untuk laporan LTA ini merupakan buku yang terbit dalam 5 (lima) tahun terakhir ini.
7. Semua dokumen baik berupa dokumen asli maupun salinan yang saya serahkan sebagai syarat untuk mengikuti ujian skripsi adalah dokumen yang sah dan benar.
8. Hasil karya saya yang merupakan hasil dari tugas akhir berupa karya tulis, program, aplikasi atau alat, setelah melalui ujian komprehensif dan revisi, bersedia untuk saya serahkan kepada lembaga melalui Kaprodi untuk dokumentasi dan kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun dan apabila di kemudian hari ternyata saya terbukti secara sah melanggar salah satu dari pernyataan ini, saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan hukum berlaku di negara Republik Indonesia, dan gelar akademik yang saya peroleh dari Perguruan Tinggi ini dapat dibatalkan.

Palembang 12 Juni 2024

Yang menyatakan,



## SURAT PERNYATAAN UJIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rio Ramadhan  
Tempat/Tanggal Lahir : Indrayaya ..... / 8 ..... desember ..... 2001  
Prodi : D3 Desain Komunikasi Visual  
NPM : 061210012  
Semester : 6  
No.Telp/Hp : 0851 7431 4337  
Alamat : Dusun II Tebing gerinting utara, kec. Indrayaya selatan, kab. ogan ilir

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Laporan ini saya buat dengan sebenarnya dan berdasarkan sumber yang benar.
2. Objek tempat saya melaksanakan laporan berbentuk CV/PT/Pemerintahan/SMA sederajat dan dinyatakan masih aktif beroperasi hingga saat ini
3. Data perusahaan dalam laporan LTA ini benar adanya dan bersifat valid.
4. Laporan ini bukan merupakan hasil plagiat/menjiplak karya ilmiah orang lain
5. Laporan ini merupakan hasil kerja saya sendiri (bukan buatan/dibuatkan orang lain)
6. Buku referensi yang saya gunakan untuk laporan LTA ini merupakan buku yang terbit dalam 5 (lima) tahun terakhir ini.
7. Semua dokumen baik berupa dokumen asli maupun salinan yang saya serahkan sebagai syarat untuk mengikuti ujian skripsi adalah dokumen yang sah dan benar.
8. Hasil karya saya yang merupakan hasil dari tugas akhir berupa karya tulis, program, aplikasi atau alat, setelah melalui ujian komprehensif dan revisi, bersedia untuk saya serahkan kepada lembaga melalui Kaprodi untuk dokumentasi dan kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun dan apabila di kemudian hari ternyata saya terbukti secara sah melanggar salah satu dari pernyataan ini, saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan hukum berlaku di negara Republik Indonesia, dan gelar akademik yang saya peroleh dari Perguruan Tinggi ini dapat dibatalkan.

palembang ..... 12 Juni 2024  
Yang menyatakan,





FORMULIR  
REVISI UJIAN PROPOSAL  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Kode Formulir  
FM-IPCT-BAAK-PSB-127

Institusi : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Revisi Ujian Proposal LTA  
Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

Program Studi : Desain Komunikasi Visual Program Diploma Tiga  
Tanggal Pelaksanaan : 26 Maret 2024  
Judul Proposal LTA : Perancangan Desain Packaging Merchandise Band Flying Cockroaches

No.	NPM	Nama	Semester
1	061210017	Oktavian Akbar	VI
2	061210012	Rio Ramadhan	VI

No	Revisi	Nama Penguji	Tanda Tangan
1.	Sumber kutipan	Hamela H	
2.	Dasar pustaka		
3.	Judul penelitian sekiranya dan pembeding		
1.	Bab I Uraian detail lay; kubus band H2	DIBIKR.P. 02/24 /OA	
2.	Tinjauan pustaka gambar detail lay,		
3.	Konsep warna (lihat foto)		
1.	Uraian kata kunci Pecaji	Prasetya	

Perubahan Judul LTA : Perancangan Desain Packaging Merchandise Grup Hip-Hop Klempanyang Liut  
(Designing the packaging for the Hip-Hop Group Klempanyang Liut Merchandise)

Palembang, 26 Maret 2024  
Ketua Program Studi,

Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.

\*Fotokopi Form Revisi dikumpulkan ke BAAK setelah ditandatangani Kaprodi



FORMULIR  
REVISI UJIAN LTA  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Kode Formulir  
FM-IPCT-BAAK-PSB-055

Institusi : : INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH

Revisi Ujian LTA  
Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

Program Studi : Desain Komunikasi Visual Program Diploma Tiga  
Topik LTA : Desain Grafis  
Ujian ke- : I (Satu)  
Tanggal Pelaksanaan : 25 Juni 2024

Judul Skripsi : Perancangan Desain Packaging Merchandise Grup Hip-Hop Klempang Lilit

NO	NPM	Nama	Semester
1	061210017	Oktavian Akbar	VI (Enam)
2	061210012	Rio Ramadhan	VI (Enam)

Revisi diselesaikan paling lambat tanggal .....

No	Revisi	Nama Penguji	Tanda Tangan
1. 2. 3. 4. 5.	Pembahasan Hasil Kesimpulan Bab 3 project	Hxmera H	
1. 2. 3.	Perbaikan di Pembahasan pendahuluan koreksi kata yang kurang benar singkat kata yang kurang	BIOLEK P.	
1.	Pembahasan sama sama Penguji	Jhon	

Palembang, 25 Juni 2024  
Ketua Program Studi,

Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom