

**PERANCANGAN MERCHANDISE DENGAN TEMA  
“BELAJAR HISTORY GAYA FUNGKY”  
UNTUK YAYASAN BANJOEMAS HERITAGE HISTORY  
COMMUNITY BANYUMAS RAYA**

Karya Kreatif ini Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat  
Memperoleh Gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi (A.Md.I.Kom) dalam Bidang  
Ilmu Komunikasi dengan Spesialisasi Periklanan



**Oleh:**

Aradhea Pramudya Setiawan

21025538

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III PERIKLANAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PERANCANGAN MERCHANDISE DENGAN TEMA**  
**“BELAJAR HISTORY GAYA FUNGKY”**  
**UNTUK YAYASAN BANJOEMAS HISTORY HERITAGE**  
**COMMUNITY BANYUMAS RAYA**

Karya Kreatif ini Diajukan untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat  
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md.I.Kom) dalam Bidang Komunikasi dengan  
Spesifikasi Periklanan

**Disusun Oleh:**

**Aradhea Pramudya Setiawan**

**21025538**



**Disetujui Oleh:**

**STIKOM**  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
YOGYAKARTA  
Dosen Pembimbing

**Karina Rima Melati, M.Hum.**

**(NIDN : 0530098201)**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III PERIKLANAN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI**

**YOGYAKARTA**

**2024**

# HALAMAN PENGESAHAN

## PERANCANGAN MERCHANDISE DENGAN TEMA "BELAJAR HISTORY GAYA FUNGKY" UNTUK YAYASAN BANJOEMAS HISTORY HERITAGE COMMUNITY BANYUMAS RAYA

Laporan Karya Kreatif ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan dihadapan tim penguji Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 26 Agustus 2024  
Waktu : 12.00 - Selesai  
Tempat : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

Penguji I

Widya Sekar Dwisari, M.A.

(NIDN : 0501048301)

Penguji II

Rike Tias Pormanis Sari, M.A.

(NIDN : 0505038503)

Penguji III/ Pembimbing

STIKOM  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
YOGYAKARTA

Karina Rima Melati, M. Hum

Mengetahui

(NIDN : 0530098201)

Mengesahkan

Ketua STIKOM Yogyakarta

Karina Rima Melati, M. Hum

(NIDN : 0530098201)

Kaprodi D3 Periklanan

Jatmiko Wicaksono, M.Sn

(NIDN : 0506097901)



## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Aradhea Pramudya Setiawan

NIM : 21025538

Judul Laporan : Perancangan Desain Merchandise Untuk Banjoemas History Heritage Community Dengan Tema "Belajar History Gaya Funky"

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan yang bersifat orisinil, murni karya saya. Laporan ini merupakan deskripsi atas pengerjaan karya kreatif dengan bimbingan dosen pembimbing
2. Karya ini bukan plagiasi (copy paste) karya serupa milik orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi di daftar pustaka sebagai rujukan ilmiah disamping dalam catatan perut pada halaman tulisan, Apabila di kemudian hari terbukti saya melakukan tindak plagiasi dan pelanggaran etika akademik, yang secara sah dapat dibuktikan berdasarkan dokumen dokumen yang terpercaya sahihannya oleh pimpinan STIKOM Yogyakarta, maka saya bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai ahli madya komunikasi

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh - sungguh tanpa ada paksaan dari siapapun

Yogyakarta, 26 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan



Aradhea Pramudya Setiawan

NIM : 21025538

## MOTTO

*Amsal 3:5-6*

*"Percayalah kepada Tuhan dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengertianmu sendiri. Akuilah Dia dalam segala lakumu, maka Ia akan meluruskan jalanmu"*

*"Trust in God with all your heart, and do not lean on your own understanding.  
Acknowledge Him in all your ways, and He will make your paths straight"*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini, penulis persembahkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan Berkatnya yang senantiasa mengiringi setiap langkah dan usaha saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua atas doa, dukungan, kasih sayang, dan pengorbanan tanpa henti yang selalu menjadi sumber semangat bagi saya dalam menempuh masa perkuliahan.
3. Mbak Karin sebagai dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dan ilmu dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
4. Teman-teman *advertising* angkatan 2021 yang selalu solid dalam kehidupan perkuliahan (Sanna, Arrendra, Geri, dan Putra.)

## KATA PENGANTAR

Dengan berkat dan rahmat dari Tuhan Yang Maha Esa, penulis akhirnya dapat menyelesaikan Karya Kreatif dengan judul **Proses Perancangan Merchandise dengan tema “Belajar History Gaya Funky “ Untuk Banyumas Heritage & History Community Banyumas Raya ”** Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) pada program studi Periklanan di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta. Penyelesaian laporan ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yang terus berjuang tanpa henti agar anaknya dapat menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi.
2. Ibu Karina Rima Melati, M. Hum selaku Ketua Stikom Yogyakarta dan selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran sehingga laporan saya terselesaikan
3. Bapak Jatmiko Wicaksono selaku perwakilan dan penghubung penulis dengan Banjoemas History & Heritage Community
4. Teman-teman Periklanan 2021

Akhir kata penulis berharap semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca, terutama untuk Angkatan-angkatan baru mahasiswa STIKOM Yogyakarta.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN ETIKA AKADEMIK</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>HALAMAN DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL &amp; BAGAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Maksud Dan Tujuan Karya Kreatif .....	4
D. Waktu dan Pelaksanaan .....	4
E. Metode Pengumpulan Data.....	5
<b>BAB II PENEGASAN JUDUL</b> .....	6
A. Penegasan Judul .....	6
B. Kerangka teori.....	7
B.1. Desain Grafis .....	9
B.1.1 Prinsip Dalam Desain Grafis .....	9
a. Keseimbangan .....	10
b. Kesatuan .....	10
c. Ritme .....	11
d. Proporsi .....	11
B.1.2 Prinsip Desain Grafis .....	12
a. Garis .....	12
b. Bentuk / Shape.....	14
c. Tipografi.....	15
d. Warna Dalam Desain Grafis.....	17



B.2. Ilustrasi.....	18
B.2.1. Fungsi Ilustrasi.....	20
1. Dokumentasi.....	20
2. Komentar.....	21
3. Pencerita.....	22
4. Persuasi .....	23
5. Identitas.....	23
B.2.2 Konsep Ilustrasi.....	24
1. Menentukan Tema Berdasarkan Cerita .....	24
2. Menentukan Jenis Gambar yang Akan Dibuat .....	25
3. Menentukan Irama .....	25
4. Menggambar Sketsa Awal .....	25
5. Memberikan Media yang Dibutuhkan.....	25
B.3. Merchandise .....	25
B.3.1. Fungsi Merchandise Dalam Pemasaran .....	25
1. Menarik Minat Pembeli .....	26
2. Sebagai Media Branding Perusahaan .....	26
3. Alat Promosi dari Satu Konsumen ke Konsumen.....	27
4. Sebagai Tanda Terima Kasih .....	27
5. Sebagai Pembeda dari Perusahaan Lainnya .....	28
B.4 Heritage .....	30
B.4.1. Penggolongan Heritage .....	33
a. Pusaka Alam.....	33
b. Pusaka Budaya .....	33
c. Pusaka Saujana.....	34
<b>BAB III DESKRIPSI PERUSAHAAN.....</b>	<b>36</b>
A. Sejarah, Logo, Visi Misi.....	36
B. Kepengurusan Organisasi BHHC .....	39
B.1. Tabel Kepengurusan .....	39
C. Praktek Yang Dilakukan .....	42

<b>BAB IV Perancangan Dan Pembahasan .....</b>	<b>44</b>
A. Proses Pra Produksi .....	44
A.1 Pengumpulan Data.....	44
A.2 Menentukan Target.....	44
A.3 Membuat Ide dan Konsep .....	45
A.4 Penentuan Tema Karya .....	45
A.5 Mencari Referensi Desain .....	46
A.6 Penentuan Software .....	49
A.7 Menentukan Media .....	50
B. Proses Produksi .....	51
B.1. Proses Sketsa .....	51
B.2 Proses Coloring.....	52
B.3 Pembuatan Mockup .....	52
B.4 Menentukan Media .....	52
1. Desain Pertama .....	53
A. Sketsa.....	54
B. Coloring .....	54
C. Mockup.....	55
D. Pengaplikasian Media.....	56
2. Desain Kedua.....	56
A. Sketsa.....	56
B. Coloring .....	59
C. Mockup .....	60
D. Pengaplikasian Media.....	61
3. Desain Ketiga.....	62
A. Sketsa.....	62
B. Coloring .....	64
C. Mockup .....	65
D. Pengaplikasian Media.....	65
4. Desain Keempat .....	66
A. Sketsa.....	66
B. Coloring .....	68

C. Mockup .....	68
D. Pengaplikasian Media .....	70
5. Packaging .....	71
C. Pasca Produksi .....	72
C.1 Hasil Produk .....	72
C.2 Pameran .....	74
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
Lampiran .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Keseimbangan .....	10
Gambar 2: Kesatuan.....	10
Gambar 3: Ritme.....	11
Gambar 4: Proporsi.....	11
Gambar 5: Ilustrasi sebagai referensi,dokumentasi,intruksi .....	20
Gambar 6: Ilustrasi sebagai media komentar .....	21
Gambar 7: Ilustrasi sebagai pencerita .....	22
Gambar 8: Ilustrasi sebagai media persuasi .....	23
Gambar 9: Ilustrasi sebagai identitas .....	23
Gambar 10: Poster SYNHRONIZE.....	26
Gambar 11: Starbuck .....	26
Gambar 12: Merch Gem.FM .....	27
Gambar 13: Tanda Terima Kasih .....	27
Gambar 14: Gojek & Grab .....	28
Gambar 15: Logo BHHC .....	38
Gambar 16: Referensi .....	48
Gambar 17: Referensi .....	48
Gambar 18: Referensi .....	48
Gambar 20: top billboard & global spotify .....	49
Gambar 21: Visual Text .....	54
Gambar 22: Coloring .....	54
Gambar 23: Mockup .....	55
Gambar 24: Proses Tracing Icon Heritage .....	57
Gambar 25: Sketsa Karakter.....	57
Gambar 26: Visual Text .....	58
Gambar 27. Font yang digunakan.....	58
Gambar 28. Referensi + Visual Text Banjoemas.com.....	59
Gambar 29. Coloring .....	59
Gambar 30. Mockup.....	60
Gambar 31 Proses Tracing Icon Heritage .....	63
Gambar 32: Ornamen desain sesuai referensi game Persona 5.....	63

Gambar 33: Font yang digunakan.....	63
Gambar 34: Coloring .....	64
Gambar 35: Mockup .....	64
Gambar 36: Sketsa Desain ketiga .....	67
Gambar 37: Desain Artikel terinspirasi dari website .....	67
Gambar 38: Coloring .....	68
Gambar 39: Mockup .....	69
Gambar 40: Paperbag .....	71
Gambar 41: Pengaplikasian Media .....	72
Gambar 42 : Pengaplikasian Media .....	72
Gambar 43 : Pengaplikasian Media .....	73
Gambar 44 : Pengaplikasian Media .....	73
Gambar 45 : Pengaplikasian Media .....	74

## **DAFTAR TABEL & BAGAN**

Tabel 1: Tabel Kepengurusan.....	39
Bagan 1: Bagan Kepengurusan .....	41
Bagan 2: Bagan Pra Produksi .....	51
Bagan 3: Bagan Produksi .....	54



## ABSTRAK

### Abstrak:

Di tengah arus modernisasi dan digitalisasi yang semakin kuat, generasi muda sering kali teralihkan dari perhatian terhadap sejarah, terutama sejarah lokal seperti di Banyumas, Jawa Tengah. Padahal Banyumas memiliki berbagai cerita dan peninggalan sejarah yang menarik untuk dipelajari. Banjoemas History & Heritage Community (BHHC) didirikan dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang sejarah kota Banyumas melalui pendekatan yang lebih kreatif dan inovatif. BHHC menggabungkan elemen-elemen sejarah dengan estetika modern dalam produk-produk merchandise yang dirancang terutama untuk menarik minat generasi muda. Untuk itu penulis melakukan Perancangan desain merchandise dengan tema “Belajar History Gaya Funky”. Melalui wawancara dengan pendiri dan pengumpulan data dari [www.banjoemas.com](http://www.banjoemas.com) penulis merancang empat ilustrasi; berupa desain pertama dengan konsep visual text berupa tema besar, desain kedua dengan konsep hip – hop style, desain ketiga dengan konsep Girl In Funky Town, desain empat dengan konsep staterpack yang diangkat. yang akan diamplikasikan ke dalam merchandise berupa kaos, tote bag, mug, stiker. Dengan atribut merchandise yang menarik dan informatif, diharapkan generasi muda dapat lebih memahami, menghargai, dan menjaga identitas budaya Banyumas.

Kata Kunci : Ilustrasi, Merchandise, Heritage

### Abstract:

*In the midst of increasingly strong modernization and digitalization, the younger generation often turns their attention to history, especially local history such as in Banyumas, Central Java. Even though Banyumas has various stories and historical heritage that are interesting to learn about. Banjoemas History & Heritage Community (BHHC) was founded with the aim of educating about the history of the people of Banyumas city through a more creative and innovative approach. BHHC combines historical elements with a modern aesthetic in merchandise products designed primarily to appeal to the younger generation. For this reason, the author planned merchandise designs with the theme "Learning the History of Funky Style". Through interviews with the founder and data collection from [www.banjoemas.com](http://www.banjoemas.com) the author designed four illustrations; in the form of the first design with a visual text concept in the form of a large theme, the second design with a hip-hop style*

*concept, the third design with the Girl In Funky Town concept, the fourth design with a raised starterpack concept. which will be applied to merchandise in the form of t-shirts, tote bags, mugs, stickers. With attractive and informative merchandise attributes, it is hoped that the younger generation can better understand, appreciate and maintain the cultural identity of Banyumas.*

*Keywords: Illustrations, Merchandise, Heritage*

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di tengah arus modernisasi dan digitalisasi yang semakin deras, generasi muda saat ini dihadapkan pada berbagai distraksi digital yang mengalihkan perhatian mereka, termasuk sejarah. Informasi serba instan dan hiburan digital yang melimpah telah mengubah cara konsumsi informasi, sering kali membuat sejarah menjadi terabaikan. Padahal, pemahaman dan apresiasi terhadap sejarah adalah elemen penting dalam membangun identitas diri dan kesadaran kolektif sebagai bangsa. Fenomena ini tidak terkecuali terjadi di Indonesia, khususnya di kota Banyumas yang kaya akan warisan sejarah

Banyumas, sebuah kota di Jawa Tengah, memiliki sejarah yang kaya dengan berbagai peristiwa penting yang membentuk identitas masyarakatnya. Kota ini dikenal sebagai salah satu pusat kebudayaan Jawa dengan tradisi dan nilai-nilai yang diwariskan secara turun-temurun. Sejarah Banyumas mencakup berbagai aspek seperti kisah-kisah kepahlawanan, perkembangan budaya, seni, dan tradisi lokal yang masih hidup hingga kini. Namun, di tengah arus globalisasi dan modernisasi, banyak generasi muda yang kurang mengenal atau bahkan tidak mengetahui cerita-cerita sejarah ini. Mereka lebih tertarik pada tren global yang tersebar luas melalui media sosial dan platform digital lainnya, yang sering kali mengesampingkan pentingnya sejarah lokal.

Oleh karena itu bagi generasi muda sejarah merupakan bagian penting dari identitas suatu masyarakat. Melalui pemahaman sejarah, seseorang dapat mengenal akar budaya dan nilai-nilai yang membentuk dirinya. Tanpa pengetahuan dan apresiasi terhadap sejarah, generasi muda berisiko kehilangan identitas dan jati diri, serta kurang memahami pentingnya mempertahankan dan melestarikan warisan budaya mereka. Sejarah memberikan konteks dan pemahaman tentang perjalanan panjang suatu komunitas atau bangsa, serta mengajarkan nilai-nilai yang dapat menjadi pedoman dalam kehidupan sehari-hari. Karena itu penting bagi setiap individu, terutama generasi muda, untuk memahami dan menghargai sejarah sebagai bagian dari kehidupan mereka.

Tantangan dalam Mengedukasi Generasi Muda bukanlah perkara mudah. Generasi muda cenderung lebih terfokus pada masa kini dan masa depan, dengan sedikit perhatian terhadap masa lalu. Ini diperparah oleh kurangnya metode pendidikan sejarah yang inovatif dan menarik. Pendidikan sejarah yang ada sering kali dianggap membosankan dan tidak relevan dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini menyebabkan rendahnya minat generasi muda dalam mempelajari sejarah, khususnya sejarah lokal seperti yang ada di Banyumas.

Untuk menjawab tantangan ini dan meningkatkan kesadaran sejarah di kalangan generasi muda, hadir Banjoemas History & Heritage Community (kemudian disebut BHHC). Inisiatif ini didirikan dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang sejarah kota Banyumas melalui pendekatan yang kreatif dan inovatif. BHHC berusaha menghidupkan kembali minat terhadap sejarah melalui berbagai produk merchandise yang mengangkat tema sejarah kota Banyumas.

Desain merchandise ini menggabungkan elemen-elemen sejarah dengan estetika modern yang menarik bagi generasi muda. Setiap produk dilengkapi dengan informasi sejarah yang ringkas namun mendalam, sehingga dapat membangkitkan rasa ingin tahu dan apresiasi terhadap warisan budaya Banyumas. Melalui desain yang kreatif dan informatif, Banjoemas History & Heritage Community berusaha menjadikan sejarah sebagai bagian dari gaya hidup generasi muda. Misalnya, kaos dengan ilustrasi tentang sejarah lokal atau tote bag dengan desain kota Banyumas yang dihias secara artistik. Poster dan notebook juga sering kali menampilkan kutipan atau fakta sejarah yang menarik dan edukatif.

Dengan langkah ini, Banjoemas History & Heritage Community berharap dapat menghidupkan kembali minat generasi muda terhadap sejarah. Inisiatif ini juga bertujuan untuk membangun kesadaran kolektif mengenai pentingnya melestarikan dan menghargai warisan sejarah sebagai bagian dari identitas budaya yang harus dijaga. Melalui merchandise yang edukatif dan menarik, Banjoemas History & Heritage Community berupaya untuk mendorong anak muda untuk tertarik dan mau untuk belajar tentang sejarah

Banjoemas History & Heritage Community tidak hanya sekedar memproduksi merchandise, tetapi juga berperan untuk perubahan yang mendukung pelestarian sejarah dan warisan budaya kota Banyumas. Inisiatif ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi komunitas dan individu lainnya untuk turut serta dalam upaya menjaga dan mempromosikan sejarah lokal di era yang serba modern ini. Dengan meningkatnya kesadaran sejarah, diharapkan generasi muda dapat lebih memahami dan menghargai identitas mereka, serta menjadi lebih bertanggung jawab dalam melestarikan warisan budaya untuk masa depan.

Melalui Banjoemas History & Heritage Community, sejarah Banyumas kembali dihidupkan dan diintegrasikan dalam kehidupan sehari-hari generasi muda. Inisiatif ini tidak hanya mengedukasi tetapi juga menginspirasi, menunjukkan bahwa sejarah bisa menjadi bagian menarik dari gaya hidup modern. Dengan begitu, sejarah tidak lagi dilupakan, tetapi dirayakan dan dijaga sebagai bagian penting dari identitas bersama. Agar merchandise dapat tampil menarik dan mudah dipahami anak muda maka perlu perancangan dengan desain yang komprehensif dan memperhatikan unsur unsur estetika. Penulis yang memiliki kompetensi sebagai desainer kemudian melakukan pembuatan desain merchandise untuk BHHC ini sebagai syarat kelulusan D3 Periklanan di STIKOM Yogyakarta

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang diatas maka penulis dapat merumuskan masalah Bagaimana Proses Perancangan Merchandise dengan tema “ Belajar History Gaya Funky “ Untuk Banyumas Heritage & History Community Banyumas Raya ”

## **C. Maksud Dan Tujuan Karya Kreatif**

### **C.1 Maksud dari karya kreatif**

Maksud dari penulisan laporan ini adalah dapat memperkenalkan Banyumas History Heritage Community melalui desain merchandise yang menarik dan dapat diterima untuk generasi muda

### **C.2 Tujuan dari Karya Kreatif**

Dibawah ini merupakan beberapa Tujuan dibuatnya perancangan desain merchandise Banyumas History Heritage Community :

1. Meningkatkan Kesadaran Sejarah: Membantu generasi muda mengenali dan memahami peristiwa penting, tokoh bersejarah, dan warisan budaya Banyumas Raya.
2. Membangun Rasa Bangga: Mendorong rasa bangga terhadap identitas dan warisan budaya lokal di kalangan generasi muda.
3. Edukasi yang Menyenangkan: Menggunakan desain kreatif untuk menyampaikan informasi sejarah dengan cara yang menyenangkan dan mudah dipahami.
4. Promosi dan Pemasaran: Memperluas jangkauan promosi yayasan melalui produk-produk yang dapat digunakan sehari-hari dan menarik perhatian publik.
5. Sumber Pendanaan: Dengan adanya penjualan merchandise tersebut menyediakan sumber pendanaan alternatif bagi kegiatan pelestarian budaya dan sejarah yang dilakukan oleh yayasan.

## **D. Waktu dan Pengerjaan Karya Kreatif**

Adapun Waktu dan Tempat Pengerjaan Karya Kreatif yang telah dijadwalkan sebagai berikut :

Waktu : Mei - Juli 2023



## **E. Metode Pengumpulan Data Karya Kreatif**

Adapun beberapa Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam pengerjaan karya kreatif adalah:

### **E1. Observasi**

Dalam mengerjakan karya kreatif Perancangan Desain Merchandise mengumpulkan data dan mengamati kegiatan BHHC melalui website dan Youtube.

### **E2. Wawancara**

Metode wawancara tanya jawab yang dilakukan terhadap founder atau pendiri Banjoemas History Heritage Community dalam pengerjaan karya kreatif yakni agar memperoleh data dan informasi yang lebih rinci.

### **E3. Studi Pustaka**

Metode ini merupakan Teknik mendapatkan informasi yang dilakukan dengan mencari buku dan membuka situs – situs internet yang berkaitan dengan data sebagai referensi dalam pengerjaan karya kreatif dan proses penulisan laporan karya kreatif ini.



## **BAB II**

### **PENEGASAN JUDUL**

#### **A. Penegasan Judul**

PERANCANGAN MERCHANDISE DENGAN TEMA “BELAJAR HISTORY GAYA FUNGKY” UNTUK YAYASAN BANYUMAS HERITAGE HISTORY COMMUNITY BANYUMAS RAYA

Penulis sedang mengerjakan sebuah proyek kreatif yang melibatkan perancangan desain merchandise untuk Banjoemas History Heritage Community (BHHC). Proses kegiatan kreatif ini berlangsung dari bulan Mei hingga Juli 2024. Penulis secara bertahap menyelesaikan perancangan desain merchandise ini dengan observasi dan wawancara dengan pihak Banyumas History Heritage Community Tujuan utama dari perancangan ini adalah untuk mengajak masyarakat lebih peduli dan terlibat dengan sejarah yang ada di wilayah mereka, khususnya di Banyumas.

Melalui proyek kreatif ini, penulis berharap dapat menarik minat masyarakat untuk mengenal lebih dalam tentang sejarah yang tersimpan di kota Banyumas. Konsep yang diusung adalah bahwa sejarah tidak selalu membosankan dan dapat dipelajari oleh semua kalangan, terutama generasi muda. Oleh karena itu, penulis memilih untuk menyampaikan pesan sejarah melalui desain-desain merchandise yang menarik dan relevan dengan selera generasi muda.

Tema yang dipilih untuk proyek ini adalah “Belajar History Gaya Funky”. Tema ini diharapkan dapat menarik perhatian generasi muda terhadap sejarah kota Banyumas. Dengan nuansa funky yang ceria dan modern, target audiens tidak akan merasa bosan ketika berhadapan dengan materi sejarah. Sebaliknya, mereka akan merasa tertarik dan terlibat secara aktif dalam proses belajar tentang warisan budaya dan sejarah lokal.

Proses kreatif ini melibatkan berbagai tahapan, mulai dari riset awal tentang sejarah Banyumas, brainstorming ide-ide desain, hingga eksekusi desain akhir yang akan diaplikasikan pada berbagai produk merchandise. Penulis juga melakukan berbagai iterasi desain untuk memastikan bahwa setiap produk tidak

hanya menarik secara visual tetapi juga menyampaikan pesan sejarah dengan cara yang efektif dan menarik. Produk merchandise yang dirancang mencakup berbagai item seperti kaos, totebag, gantungan kunci, mug, stiker, dan lainnya. Setiap produk dirancang dengan menggabungkan elemen-elemen sejarah Banyumas dengan gaya desain yang funky dan modern.

Melalui produk-produk ini, BHHC berharap dapat menciptakan media promosi yang tidak hanya efektif tetapi juga edukatif. Setiap item merchandise berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan pengetahuan tentang sejarah Banyumas, sambil juga memberikan sesuatu yang berguna dan menarik bagi pengguna. Dengan cara ini, masyarakat diharapkan dapat lebih mengenal dan menghargai warisan budaya mereka.

Inisiatif ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap sejarah di kalangan generasi muda. Dengan menghadirkan sejarah dalam kemasan yang menarik dan relevan dengan kehidupan mereka, penulis percaya bahwa generasi muda akan lebih termotivasi untuk mempelajari dan melestarikan warisan budaya mereka. Ini adalah langkah penting dalam memastikan bahwa pengetahuan dan penghargaan terhadap sejarah terus hidup dan berkembang di tengah masyarakat modern.

Dengan demikian, proyek kreatif ini tidak hanya bertujuan untuk mempromosikan BHHC, tetapi juga untuk memperkuat identitas budaya dan kebanggaan lokal di Banyumas. Penulis berharap bahwa upaya ini akan menghasilkan dampak positif yang berkelanjutan, menginspirasi lebih banyak orang untuk terlibat aktif dalam pelestarian sejarah dan budaya mereka.

## **B. Kerangka Teori**

Dalam menciptakan sebuah karya kreatif, memiliki konsep yang matang adalah hal yang sangat penting. Konsep ini berfungsi sebagai panduan utama untuk memastikan bahwa karya yang dihasilkan tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga memenuhi keinginan dan harapan yang telah ditetapkan. Dalam konteks pembuatan desain merchandise untuk yayasan sejarah Banyumas History & Heritage Community, konsep yang kuat menjadi landasan penting dalam menyampaikan pesan dan menarik minat generasi muda.

Proses perancangan desain merchandise untuk yayasan ini tidak hanya sekedar menciptakan produk yang menarik secara visual, tetapi juga harus mampu mengomunikasikan nilai-nilai sejarah dan warisan budaya Banyumas dengan cara yang mudah dipahami dan relevan bagi generasi muda. Konsep yang matang akan membantu menentukan elemen-elemen desain yang tepat, mulai dari pemilihan warna, tipografi, hingga simbol-simbol yang digunakan. Semua ini bertujuan untuk menciptakan merchandise yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga memiliki makna dan informatif.

Dalam upaya memperkenalkan sejarah dan warisan budaya Banyumas kepada generasi muda, pendekatan yang kreatif sangatlah penting. Desain merchandise harus mampu mencerminkan kekayaan sejarah dan budaya daerah tersebut, sambil tetap mengikuti tren dan selera generasi muda. Kreativitas dalam desain bisa diwujudkan melalui berbagai cara, seperti penggunaan ilustrasi yang menarik, slogan yang mudah diingat, atau bahkan kolaborasi dengan seniman lokal untuk menciptakan karya yang unik.

Merchandise seperti kaos, tas, dan aksesoris lainnya bisa menjadi media yang efektif dalam memperkenalkan lebih luas Banyumas History & Heritage Community. Produk-produk ini tidak hanya berfungsi sebagai barang yang bisa dipakai sehari-hari, tetapi juga sebagai alat edukasi yang menyebarkan pengetahuan tentang sejarah dan warisan budaya Banyumas. Desain yang kreatif dan informatif akan membuat merchandise ini lebih diminati oleh generasi muda, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersebar lebih luas. Oleh karena itu, setiap tahap dalam pembuatan desain merchandise, dari konsep hingga eksekusi akhir, harus dilakukan dengan cermat dan penuh pertimbangan. Konsep yang matang dan kreativitas yang tinggi akan sangat mempengaruhi efektivitas penyampaian informasi melalui desain merchandise ini. Dengan pendekatan yang tepat, yayasan BHC dapat menarik minat generasi muda, meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya pelestarian sejarah dan budaya, serta membangkitkan rasa bangga terhadap warisan daerah mereka.

## **B.1. Desain Grafis**

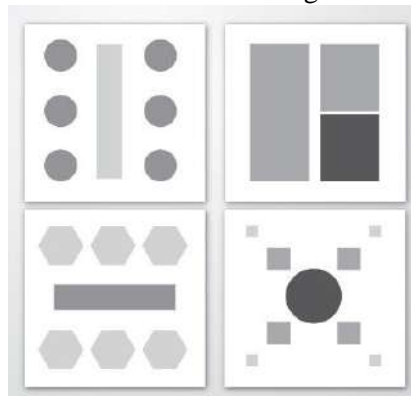
Menurut Landa (2011) dalam bukunya yang berjudul “ Graphic Design Solution 4th Edition ” Desain grafis adalah sebuah bentuk seni lukis terapan yang memberikan kebebasan kepada desainer untuk memilih, menciptakan, atau mengatur elemen visual seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis pada suatu permukaan dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan. Gambar atau tanda yang digunakan dapat berupa tipografi atau media lainnya. Desain grafis umumnya diterapkan dalam berbagai bidang seperti periklanan, kemasan produk, perfilman, dan lain-lain.

### **B.1.1. Prinsip Desain Grafis**

Desain grafis memiliki elemen-elemen dasar yang digunakan untuk membuat komunikasi visual yang efektif. Tujuan utama dari desain grafis adalah agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Berikut ini adalah prinsip-prinsip dasar yang mendasari desain grafis Menurut Landa (2011) dalam bukunya yang berjudul “ Graphic Design Solution 4th Edition ” :

#### **a. Keseimbangan**

Gambar.1 Keseimbangan

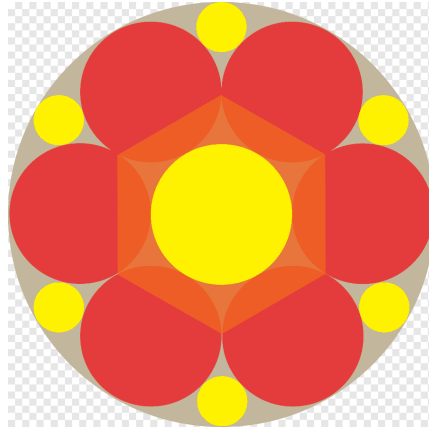


Sumber :<http://www.desainstudio.com>

Keseimbangan adalah aspek penting dalam menciptakan desain grafis yang sukses. Keberhasilan sebuah desain sangat ditentukan oleh keseimbangan dalam penyajian gambar, warna, kontras, dan elemen lainnya. Untuk mencapai keseimbangan yang sempurna, seorang desainer harus dapat mengatur berat visual dari setiap elemen yang ada di dalam desain. Keseimbangan ini bisa bersifat simetris atau asimetris, tergantung pada efek visual yang ingin dicapai.



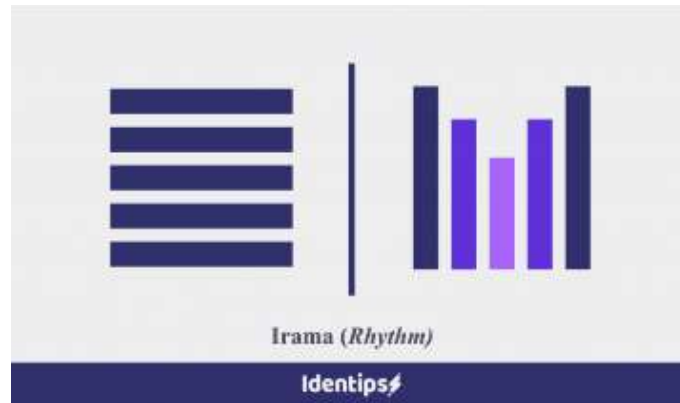
## **b. Kesatuan**



Gambar.2 Kesatuan  
Sumber :<https://www.pngwing.com>

Kesatuan dalam desain grafis berarti adanya kesinambungan antara beberapa elemen yang mungkin tampak tidak menyatu namun tetap harmonis dalam satu desain. Kesatuan memegang peranan penting dalam penyajian informasi karena mampu membentuk karakter, memunculkan ingatan, dan menciptakan perbedaan yang jelas. Dalam konteks branding, kesatuan ini bisa dilihat dari bagaimana perusahaan-perusahaan besar menjaga konsistensi elemen-elemen desain mereka, seperti logo, warna, dan tipografi, sehingga menciptakan identitas yang kuat dan mudah dikenali.

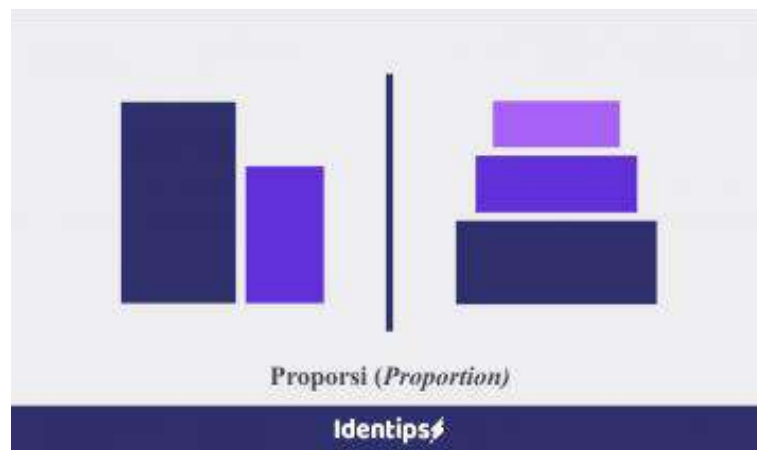
## **c. Ritme**



Gambar.3 Ritme  
 Sumber : <http://www.Identips.com>

Ritme dalam desain grafis mengacu pada pengulangan elemen visual dengan jarak tertentu sehingga menciptakan pola atau tekstur dalam desain. Ritme ini dapat muncul melalui repetisi dan variasi visual. Repetisi adalah penyusunan elemen visual yang diulang secara konsisten, sedangkan variasi visual adalah pengulangan elemen visual yang disertai dengan perubahan ukuran, bentuk, atau posisi. Ritme ini membantu dalam menciptakan dinamika dan aliran dalam desain, sehingga menarik perhatian audiens.

#### d. Proporsi



Gambar.4 Proporsi  
 Sumber : <http://www.Identips.com>

Proporsi adalah perbandingan dimensi bentuk yang menunjukkan hubungan antara satu elemen dengan elemen lainnya dalam desain. Proporsi yang baik

membuat elemen-elemen dalam desain terlihat harmonis dan seimbang. Perubahan proporsi dapat terjadi tanpa mengubah ukuran panjang, lebar, atau tinggi elemen, sehingga gambar dengan proporsi yang berbeda sering kali tampak distorsi. Proporsi yang tepat memastikan bahwa setiap elemen dalam desain memiliki ukuran yang sesuai dengan peran dan pentingnya, sehingga menciptakan keselarasan visual yang menyenangkan. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip dasar ini, desainer grafis dapat menciptakan karya yang tidak hanya estetis tetapi juga komunikatif dan efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

### **B.1.2 Elemen Dalam Desain Grafis**

Setiap elemen dalam desain grafis memiliki karakteristik yang unik. Pemahaman mendalam tentang sifat masing-masing elemen ini sangat penting agar dapat menggabungkan banyak elemen menjadi sebuah desain yang harmonis. Menurut Pujiriyanto (2005: 87), elemen-elemen tersebut meliputi:

#### **a. Garis**

Garis adalah elemen fundamental dalam desain grafis yang menghubungkan dua titik atau lebih, menciptakan berbagai bentuk dan pola. Dari penghubungan titik-titik tersebut, terwujudlah berbagai jenis garis seperti garis lurus, garis lengkung, garis horizontal, garis vertikal, garis patah-patah, dan garis berombak. Setiap jenis garis memiliki karakteristik dan fungsi yang unik dalam sebuah desain.

Garis lurus, baik horizontal maupun vertikal, memberikan kesan stabilitas dan ketertiban. Garis horizontal sering kali digunakan untuk menciptakan kesan tenang dan damai, sementara garis vertikal dapat memberikan kesan kekuatan dan ketinggian. Garis lengkung atau garis melengkung menciptakan efek yang lebih organik dan dinamis, menambahkan aliran dan gerakan ke dalam desain. Garis patah-patah dan garis berombak, dengan bentuknya yang tidak konvensional, dapat menarik perhatian dan memberikan ritme serta tekstur yang menarik dalam desain.

Fungsi garis dalam desain sangat beragam dan penting. Garis dapat digunakan untuk mengarahkan pandangan atau fokus mata pada elemen-elemen tertentu dalam desain. Misalnya, garis diagonal bisa digunakan untuk menciptakan gerakan dinamis yang mengarahkan mata dari satu titik ke titik lain, sementara garis vertikal dapat menarik perhatian ke bagian atas atau bawah desain.

Selain itu, garis juga berperan dalam membangun keteraturan dan struktur dalam desain. Dengan menggunakan garis, desainer dapat menciptakan grid atau kerangka kerja yang membantu dalam menyusun elemen-elemen lain secara sistematis. Ini membantu memastikan bahwa setiap elemen berada di tempat yang tepat dan menciptakan harmoni visual.

Garis juga memiliki kemampuan untuk menegaskan dan mendefinisikan objek dalam desain. Misalnya, garis tebal dapat digunakan untuk memberikan penekanan pada elemen tertentu, membuatnya lebih menonjol dan menarik perhatian. Sebaliknya, garis tipis dapat digunakan untuk memberikan detail halus tanpa mengalihkan perhatian dari elemen utama.

Selain itu, garis dapat digunakan untuk membangun karakter dan suasana dalam desain. Garis melengkung yang lembut dapat menciptakan suasana yang ramah dan santai, sementara garis tajam dan patah-patah bisa memberikan kesan yang lebih tegas dan agresif. Penggunaan garis dalam berbagai bentuk dan ketebalan dapat membantu menciptakan identitas visual yang kuat dan mendukung pesan yang ingin disampaikan oleh desain. Secara keseluruhan, garis adalah elemen desain yang serbaguna dan vital, mampu mempengaruhi perasaan dan persepsi audiens dengan cara yang kuat. Pemahaman yang baik tentang penggunaan garis dapat membantu desainer menciptakan karya yang tidak hanya estetis, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan.

## **b. Bentuk atau Shape**

Bentuk adalah elemen desain yang muncul sebagai hasil dari penggabungan garis-garis yang saling berdekatan. Setelah adanya garis, bentuk dapat dianggap sebagai elemen lanjutan yang menggabungkan beberapa garis menjadi satu kesatuan. Bentuk memiliki dimensi yang mencakup panjang, lebar, dan tinggi, yang dapat diukur secara matematis.

Dalam desain grafis, bentuk dapat dibedakan berdasarkan sifatnya menjadi tiga jenis utama: simbol, huruf, dan bentuk nyata atau form.

### **1. Simbol**

Simbol adalah bentuk yang mewakili sesuatu secara sederhana dan sering digunakan untuk menyampaikan ide atau konsep dengan cepat. Simbol dapat berupa ikon, logo, atau tanda grafis yang memiliki makna tertentu. Misalnya, tanda panah menunjukkan arah, simbol hati mewakili cinta, dan ikon telepon menunjukkan kontak atau komunikasi. Simbol sangat efektif karena dapat dengan mudah dikenali dan dimengerti oleh audiens tanpa memerlukan penjelasan yang panjang.

### **2. Huruf**

Huruf adalah bentuk yang merepresentasikan karakter alfabet. Dalam desain grafis, huruf tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi verbal tetapi juga sebagai elemen visual. Pemilihan jenis huruf (tipografi), ukuran, ketebalan, dan gaya dapat mempengaruhi keseluruhan desain dan pesan yang ingin disampaikan. Huruf dapat digunakan untuk membuat teks yang dapat dibaca sekaligus memberikan estetika visual, membentuk identitas merek, dan menciptakan hierarki informasi dalam desain.

### **3. Bentuk Nyata atau Form**

Bentuk nyata atau form adalah representasi tiga dimensi dari suatu objek, yang menunjukkan kedalaman, volume, dan ruang. Bentuk ini sering digunakan dalam desain produk, arsitektur, dan seni tiga dimensi lainnya. Dalam desain grafis dua dimensi, bentuk nyata dapat diwakili

melalui penggunaan bayangan, gradasi, dan perspektif untuk menciptakan ilusi tiga dimensi. Bentuk nyata memberikan realisme dan ketegasan dalam desain, membantu audiens memahami objek secara lebih mendalam dan detail.

#### **4. Karakteristik Bentuk dalam Desain**

Bentuk dapat dibuat dengan berbagai cara dan memiliki karakteristik yang berbeda berdasarkan penggunaannya. Bentuk geometris, seperti kotak, lingkaran, dan segitiga, memiliki struktur yang teratur dan simetris, sering digunakan untuk menciptakan kesan keteraturan dan stabilitas. Bentuk organik, seperti bentuk alami yang ditemukan di alam (tumbuhan, hewan), lebih bebas dan tidak beraturan, memberikan kesan aliran dan fleksibilitas.

#### **c. Tipografi**

Penggunaan tulisan, teks, atau tipografi dalam desain grafis merupakan elemen pendukung yang sangat penting. Tipografi bukan hanya soal menempatkan teks dalam desain, tetapi juga tentang bagaimana teks tersebut disusun untuk meningkatkan keterbacaan dan estetika keseluruhan desain. Penataan teks yang baik memungkinkan audiens untuk membaca dan memahami informasi dengan mudah, sekaligus memberikan nilai estetika yang menarik.

Tipografi yang efektif tidak hanya memastikan bahwa teks dapat dibaca dengan jelas, tetapi juga berkontribusi pada keseimbangan visual dan keselarasan dalam desain. Dengan memilih jenis huruf yang tepat, ukuran, ketebalan, dan jarak antar huruf, desainer dapat menciptakan teks yang menarik secara visual dan mudah dibaca. Tipografi yang baik membantu mengarahkan pandangan mata audiens, menekankan informasi penting, dan meningkatkan pengalaman membaca secara keseluruhan.

#### **C.1 Unsur-unsur Tipografi dalam Desain**



1. **Jenis Huruf (Font):** Pemilihan jenis huruf sangat mempengaruhi mood dan tone desain. Misalnya, jenis huruf serif sering kali digunakan untuk memberikan kesan formal dan klasik, sedangkan sans-serif memberikan kesan modern dan bersih.
2. **Ukuran Huruf (Size):** Ukuran huruf harus disesuaikan dengan pentingnya informasi. Judul biasanya menggunakan ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan isi teks untuk menarik perhatian dan memudahkan pembaca dalam memahami hierarki informasi.
3. **Ketebalan Huruf (Weight):** Ketebalan huruf dapat digunakan untuk menekankan teks tertentu. Huruf yang lebih tebal menarik perhatian lebih besar, sementara huruf yang lebih tipis dapat digunakan untuk informasi yang kurang penting.
4. **Jarak Antar Huruf (Kerning):** Pengaturan jarak antar huruf harus tepat untuk memastikan teks mudah dibaca dan tidak terlihat terlalu padat atau terlalu longgar.
5. **Jarak Antar Baris (Leading):** Jarak antara baris teks juga penting untuk kenyamanan membaca. Terlalu sedikit jarak antar baris bisa membuat teks sulit dibaca, sedangkan terlalu banyak jarak dapat memecah konsistensi visual.

## **C.2 Fungsi Tipografi dalam Desain Grafis**

1. **Mempermudah Pembacaan:** Susunan teks yang baik meningkatkan keterbacaan, memungkinkan audiens untuk memahami informasi dengan cepat dan tanpa usaha berlebih.
2. **Menarik Perhatian:** Tipografi yang menarik dapat memikat perhatian audiens, membuat mereka tertarik untuk membaca lebih lanjut.
3. **Menekankan Informasi Penting:** Melalui penggunaan ukuran, ketebalan, dan warna yang berbeda, tipografi dapat digunakan untuk menyoroti informasi penting dalam desain.
4. **Menciptakan Identitas Visual:** Tipografi berperan penting dalam membangun identitas visual sebuah brand atau produk. Konsistensi dalam

penggunaan jenis huruf dapat membantu memperkuat branding dan membuatnya lebih mudah dikenali.

5. **Menambah Nilai Estetika:** Tipografi yang dirancang dengan baik menambah keindahan visual desain, membuatnya lebih menarik dan profesional.

#### **d. Warna dalam Desain Grafis**

Warna adalah elemen vital dalam desain grafis yang tidak hanya mempercantik tampilan, tetapi juga menyampaikan pesan, membangkitkan emosi, dan menciptakan daya tarik visual. Dalam sistem warna, RGB digunakan untuk desain digital, sementara CMYK digunakan untuk percetakan. Dengan pemilihan dan penggunaan warna yang tepat, desainer dapat menciptakan karya yang estetis, komunikatif, dan efektif dalam menyampaikan pesan yang diinginkan.

##### **D.1 Fungsi Warna dalam Desain Grafis**

1. **Menyampaikan Pesan:** Warna digunakan untuk menyampaikan berbagai pesan secara visual. Misalnya, warna merah sering dikaitkan dengan energi dan kegembiraan, sementara warna biru bisa memberikan kesan ketenangan dan profesionalisme. Warna membantu memperkuat pesan yang ingin disampaikan dalam desain.
2. **Membangkitkan Emosi:** Warna memiliki kemampuan untuk membangkitkan berbagai emosi dan perasaan. Penggunaan warna yang tepat dapat mempengaruhi mood dan perasaan penikmat karya. Misalnya, warna hangat seperti merah dan oranye dapat menimbulkan perasaan hangat dan bersemangat, sedangkan warna dingin seperti biru dan hijau dapat menciptakan perasaan tenang dan rileks.
3. **Menciptakan Ketertarikan Visual:** Warna yang digunakan dengan baik dapat menarik perhatian dan menciptakan ketertarikan visual yang kuat. Kontras warna yang tepat dapat membuat elemen-elemen

penting dalam desain lebih menonjol dan mudah dikenali oleh penikmat karya.

4. **Menampilkan Identitas:** Dalam desain branding atau identitas visual, warna sering digunakan untuk menampilkan identitas dan karakter suatu merek atau organisasi. Warna yang konsisten dan tepat dapat membantu menciptakan citra yang kuat dan mudah dikenali. Misalnya, warna biru dan putih pada logo sebuah perusahaan teknologi dapat mencerminkan keandalan dan inovasi.

## **D.2 Implementasi Warna dalam Desain**

1. **Pemilihan Palet Warna:** Memilih palet warna yang tepat adalah langkah awal yang penting dalam proses desain. Palet warna harus sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dan identitas merek yang diwakili. Desainer biasanya menggunakan alat bantu seperti color wheel untuk menemukan kombinasi warna yang harmonis.
2. **Kontras dan Keterbacaan:** Menggunakan kontras warna yang tepat antara teks dan latar belakang sangat penting untuk memastikan keterbacaan. Warna yang kontras membantu teks menonjol dan mudah dibaca, sementara warna yang terlalu serupa dapat membuat teks sulit dibaca.
3. **Psikologi Warna:** Memahami psikologi warna membantu desainer memilih warna yang sesuai dengan emosi dan reaksi yang diinginkan dari audiens. Misalnya, warna kuning dapat menciptakan perasaan bahagia dan optimis, sementara warna hitam dapat memberikan kesan elegan dan misterius.

## **B.2. ILUSTRASI**

Kerangka pemikiran berikutnya yang penulis gunakan adalah ilustrasinya. Menurut Zeegen (2012), ilustrasi adalah teknik mengubah tulisan menjadi bentuk visual. Ini dilakukan untuk memastikan pesan dari tulisan tersebut bisa tersampaikan dengan efektif dan menarik. Ilustrasi digunakan untuk berkomunikasi, yaitu menyampaikan pesan dengan cara yang lebih mudah

dipahami oleh pembaca. Selain itu, ilustrasi juga dapat mengajak pembaca untuk melakukan sesuatu, misalnya melalui iklan atau kampanye sosial. Ilustrasi juga berfungsi untuk memberikan informasi tambahan yang mungkin sulit dijelaskan hanya dengan teks, serta mendidik pembaca dengan memvisualisasikan konsep-konsep yang rumit. Terakhir, ilustrasi juga bisa menghibur, membuat tulisan lebih menarik dan menyenangkan untuk dibaca.

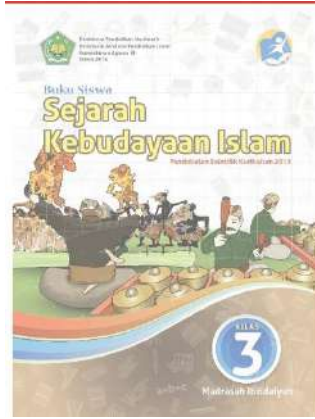
Arnold (2019) menambahkan bahwa ilustrasi adalah bentuk seni visual yang menceritakan sebuah narasi. Ilustrasi berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif, membantu menjelaskan konsep atau ide yang kompleks. Ilustrasi juga membentuk cara pandang dan pemahaman pembaca terhadap informasi yang disajikan. Selain itu, ilustrasi berfungsi sebagai bahasa visual yang bisa berdiri sendiri atau mendukung teks, menyampaikan pesan dengan cara yang unik dan menarik.

Arnold juga menekankan bahwa ilustrasi adalah bentuk komunikasi visual yang kontekstual. Artinya, ilustrasi disesuaikan dengan konteks di mana ia digunakan, seperti dalam iklan, desain grafis, dan kampanye pemasaran. Dalam industri komunikasi, ilustrasi digunakan untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan dengan jelas. Dalam media, ilustrasi mendukung artikel dan berita, membuat informasi lebih mudah diakses dan dipahami. Di dunia penerbitan, ilustrasi digunakan dalam buku, majalah, dan materi cetak lainnya untuk meningkatkan daya tarik visual dan membantu menjelaskan isi. Secara keseluruhan, baik Zeegen maupun Arnold sepakat bahwa ilustrasi memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan. Dengan kemampuannya untuk berkomunikasi, mengajak, memberitahu, mengedukasi, dan menghibur, ilustrasi tetap menjadi alat yang kuat dalam dunia visual dan naratif.

### B.2.1. Fungsi Ilustrasi

Menurut Male (2007), ilustrasi memiliki lima fungsi utama berdasarkan jenisnya dalam konteks komunikasi visual melalui gambar yaitu :

#### 1. Dokumentasi, referensi, dan instruksi



Gambar.5 ilustrasi sebagai referensi  
Sumber : [www.Kemendikbud.com](http://www.Kemendikbud.com)

Dalam hal dokumentasi, ilustrasi digunakan untuk merekam dan menyimpan informasi penting dalam berbagai disiplin ilmu, seperti sejarah dan budaya, di mana gambar membantu mendokumentasikan artefak, peristiwa, dan tradisi yang signifikan. Sebagai bahan referensi, ilustrasi membantu pelajar dan peneliti dengan menjelaskan konsep-konsep kompleks dalam pendidikan, misalnya melalui gambar dalam buku teks biologi yang membantu siswa memahami struktur sel dan proses biologis. Fungsi instruksi dari ilustrasi memberikan petunjuk visual yang jelas dalam berbagai bidang teknis dan praktis, seperti manual medis yang menggunakan ilustrasi untuk menunjukkan prosedur operasi atau anatomi tubuh manusia, serta dalam bidang teknologi yang menggunakan diagram dan gambar untuk membantu pengguna memahami cara kerja perangkat atau sistem tertentu.

Ilustrasi juga berperan dalam ilmu pengetahuan alam untuk menggambarkan atau memvisualisasikan fenomena seperti siklus air dan proses fotosintesis, serta dalam buku-buku sejarah yang menggambarkan peristiwa bersejarah dan kehidupan masa lampau. Dalam bidang medis dan teknologi, ilustrasi membantu menjelaskan anatomi manusia, penyakit, prosedur medis, dan operasi perangkat atau mesin. Dengan

demikian, ilustrasi merupakan alat penting dalam penyebaran dan pemahaman informasi di berbagai bidang, menjadikannya sangat berharga dalam pendidikan dan komunikasi.

## 2. Komentar



Gambar.6 ilustrasi sebagai media komentar  
Sumber : [www.sevenpion.co.id](http://www.sevenpion.co.id)

Ilustrasi sering digunakan dalam berbagai artikel yang membahas topik politik, berita terkini, gaya hidup, dan ulasan produk. Fungsi ilustrasi di sini adalah untuk memberikan komentar visual yang mendalam dan sering kali kritis terhadap isu-isu yang sedang dibahas. Jurnalis dan komentator memanfaatkan ilustrasi untuk memperkuat pesan mereka, menambahkan elemen visual yang menarik dan membantu pembaca memahami sudut pandang atau kritik yang disampaikan. Misalnya, dalam sebuah artikel politik, ilustrasi dapat menampilkan karikatur politisi atau peristiwa penting untuk menyampaikan opini atau perspektif tertentu.

### 3. Pencerita



Gambar.7 Ilustrasi sebagai pencerita  
Sumber : [www.sijuki.com](http://www.sijuki.com)

Ilustrasi digunakan untuk menghidupkan narasi dalam berbagai bentuk cerita, termasuk fiksi, novel bergambar, dan komik. Dalam konteks ini, ilustrasi berfungsi sebagai elemen visual yang mendukung alur cerita, membantu pembaca membayangkan karakter, setting, dan kejadian dalam cerita. Pengarang fiksi memanfaatkan ilustrasi untuk membuat cerita mereka lebih menarik dan imersif, membantu pembaca terlibat lebih dalam dengan dunia yang diciptakan dalam teks. Misalnya, dalam novel bergambar atau komik, ilustrasi memainkan peran penting dalam menyampaikan emosi dan aksi, serta membantu memperjelas dialog dan plot.

#### 4. Persuasi



Gambar.8 ilustrasi sebagai media persuasi  
Sumber : instagram @ adverting

Dalam dunia periklanan, ilustrasi digunakan untuk tujuan promosi. Fungsi utama ilustrasi di sini adalah untuk menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk membeli produk atau layanan yang dipromosikan. Ilustrasi dalam iklan berfungsi untuk membuat produk terlihat lebih menarik dan diinginkan, sering kali dengan menampilkan manfaat produk secara visual dan menciptakan asosiasi positif dengan merek. Misalnya, dalam kampanye iklan, ilustrasi dapat menunjukkan produk dalam situasi ideal atau digunakan oleh orang yang bahagia dan puas, sehingga mendorong konsumen potensial untuk melakukan pembelian.

#### 5. Identitas



Gambar.9 Ilustrasi sebagai identitas  
Sumber : www.detikfood.com



Ilustrasi juga digunakan sebagai elemen kunci dalam membangun identitas visual perusahaan atau merek. Ini termasuk ilustrasi yang digunakan pada kemasan produk, dalam buku perusahaan, dan album musik. Fungsi ilustrasi dalam konteks ini adalah untuk menciptakan citra yang konsisten dan mudah dikenali yang mencerminkan nilai-nilai dan karakteristik merek. Ilustrasi membantu memperkuat identitas merek dengan memberikan elemen visual yang unik dan menarik. Misalnya, kemasan produk dengan ilustrasi yang khas dapat membedakan produk tersebut di rak toko dan menarik perhatian konsumen, sementara ilustrasi dalam album musik dapat memberikan gambaran visual yang sesuai dengan tema dan suasana musik yang ada di dalamnya. Secara keseluruhan, ilustrasi memainkan peran penting dalam berbagai konteks, mulai dari dokumentasi dan referensi hingga penceritaan, komentar, persuasi, dan identitas merek. Setiap fungsi ini menunjukkan bagaimana ilustrasi dapat digunakan untuk meningkatkan komunikasi visual dan membantu menyampaikan pesan dengan cara yang lebih efektif dan menarik.

### **B.2.2 Konsep Ilustrasi**

Menggambar ilustrasi adalah tentang menciptakan gambar yang memperjelas ide cerita atau narasi. Menurut artikel dari dosenpendidikan.co.id pada tahun 2023, tujuan menggambar ilustrasi adalah untuk memperkuat, memperjelas, memperindah, mempertegas, dan memperkaya sebuah cerita. Ilustrasi juga memiliki peran penting dalam menghidupkan cerita, membuatnya lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Ada beberapa langkah yang perlu diperhatikan dalam proses menggambar ilustrasi:

1. **Menentukan Tema Berdasarkan Cerita:** Langkah pertama dalam menggambar ilustrasi adalah menentukan tema yang relevan dengan cerita. Tema ini akan menjadi dasar dari keseluruhan gambar dan membantu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.
2. **Menentukan Jenis Gambar yang Akan Dibuat:** Setelah tema ditentukan, langkah berikutnya adalah memilih jenis gambar yang sesuai.

Apakah itu gambar realistis, kartun, atau abstrak, jenis gambar harus mencerminkan mood dan nada dari cerita.

3. **Menentukan Irama, Komposisi, Proporsi, Keseimbangan, dan Kesatuan pada Objek:** Aspek-aspek ini sangat penting untuk memastikan bahwa gambar tersebut harmonis dan enak dilihat. Irama menciptakan aliran dalam gambar, komposisi menentukan penempatan elemen-elemen dalam gambar, proporsi menjaga ukuran elemen yang tepat, keseimbangan memastikan distribusi berat visual yang merata, dan kesatuan menghubungkan semua elemen menjadi satu kesatuan yang utuh.
4. **Menggambar Sketsa Awal:** Sketsa awal adalah kerangka dasar dari gambar. Ini membantu ilustrator merencanakan penempatan elemen-elemen utama sebelum melanjutkan ke tahap detail.
5. **Memberikan Media yang Dibutuhkan Sesuai dengan Objek dan Narasi:** Pilihan media, seperti pensil, cat air, atau digital, juga sangat penting dan harus disesuaikan dengan objek dan narasi yang ingin disampaikan.

### **B.3. Merchandise**

Menurut Ray (2010) dalam bukunya yang berjudul *Supply Chain Management for Retailing*, merchandising adalah proses mendapatkan barang dan/atau jasa serta membuatnya tersedia di tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, dengan harga yang tepat, dan dalam jumlah yang sesuai, untuk pelanggan yang ditargetkan. Ray juga menyebutkan bahwa hierarki merchandising adalah cara yang logis untuk mengklasifikasikan atau mengelompokkan barang dagangan berdasarkan jenis pelanggan.

#### **B.3.1 Fungsi Merchandise dalam Pemasaran**

Dalam dunia pemasaran, merchandise memainkan peranan yang sangat penting dalam memperkenalkan merek dan membentuk citra brand suatu perusahaan di mata banyak orang. Merchandise berfungsi sebagai bentuk

komunikasi dan merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat diaplikasikan pada berbagai media.

Karena fungsinya yang sangat penting dalam dunia periklanan, banyak pebisnis yang mulai memperhatikan aspek promosi melalui merchandise. Merchandise dijadikan sebagai alat promosi untuk produk atau jasa yang mereka tawarkan. Berikut adalah beberapa fungsi lain dari merchandise bagi perusahaan atau strategi pemasaran (menurut Triyono 2006) :

**1. Menarik Minat Pembeli untuk Mengunjungi Stand pada Suatu Event:**



Gambar.10 Poster SYNHRONIZE  
Sumber : [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

Merchandise yang menarik dan fungsional dapat menarik minat pengunjung untuk mendatangi stand perusahaan pada sebuah event. Ini memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa mereka secara langsung kepada calon konsumen.

**2. Sebagai Media Branding Perusahaan:**



Gambar.11 Starbuck  
Sumber : [www.detik.com](http://www.detik.com)

Merchandise yang mencantumkan logo dan nama perusahaan membantu meningkatkan kesadaran brand. Setiap kali merchandise

tersebut digunakan, brand perusahaan akan terus diingat oleh pengguna dan orang-orang di sekitarnya.

### 3. Alat Promosi dari Satu Konsumen ke Konsumen Lainnya:



Gambar.12 Merch Gen.FM  
Sumber : instagram @ Gen.FM

Merchandise dapat berfungsi sebagai alat promosi yang efektif dari satu konsumen ke konsumen lainnya. Ketika seseorang menggunakan merchandise perusahaan di tempat umum, mereka secara tidak langsung mempromosikan brand tersebut kepada orang-orang di sekitarnya.

### 4. Sebagai Tanda Terima Kasih:



Gambar.13 Tanda Terima Kasih  
Sumber : Mahada.co.id

Merchandise dapat dijadikan sebagai bentuk apresiasi atau tanda terima kasih kepada pelanggan, mitra bisnis, atau karyawan. Ini dapat

meningkatkan loyalitas dan hubungan baik antara perusahaan dengan penerima merchandise.



Gambar.14 Gojek & Grab  
Sumber : [www.detik.com](http://www.detik.com)

##### **5. Sebagai Pembeda dari Perusahaan Lainnya:**

Merchandise yang unik dan berbeda dapat menjadi pembeda yang membedakan perusahaan dari kompetitor. Ini memberikan kesan yang lebih profesional dan inovatif di mata konsumen.

Untuk memaksimalkan manfaat merchandise, perusahaan harus memperhatikan beberapa hal penting yang dapat mendukung strategi pemasaran secara keseluruhan. (menurut Philip Kotler 2012) Pertama-tama, pemilihan produk merchandise yang tepat menjadi hal yang krusial. Perusahaan harus memilih merchandise yang relevan dan bermanfaat bagi target audiens. Produk-produk yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari, seperti mug, baju, atau tas, cenderung lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran brand. Produk yang sering dilihat dan digunakan oleh konsumen akan selalu mengingatkan mereka pada brand perusahaan, sehingga menciptakan ikatan emosional yang kuat.

Kedua, desain merchandise harus menarik dan sesuai dengan identitas brand perusahaan. Warna, logo, dan pesan yang disampaikan melalui merchandise harus selaras dengan citra brand yang ingin dibangun. Desain yang menarik tidak hanya akan membuat merchandise lebih disukai oleh konsumen, tetapi juga membantu menyampaikan pesan brand dengan lebih efektif. Desain yang baik harus mampu mencerminkan nilai-nilai dan karakteristik unik dari brand, sehingga dapat memperkuat identitas brand di mata konsumen.

Ketiga, kualitas produk merchandise juga harus diperhatikan dengan serius. Pastikan bahwa merchandise yang diberikan memiliki kualitas yang baik. Produk yang berkualitas tinggi tidak hanya memberikan kesan positif, tetapi juga meningkatkan reputasi perusahaan. Konsumen cenderung mengaitkan kualitas merchandise dengan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, memberikan merchandise yang berkualitas dapat membantu membangun citra perusahaan sebagai brand yang dapat dipercaya dan diandalkan.

Keempat, distribusi merchandise harus dilakukan dengan strategi yang tepat. Distribusi merchandise dapat dilakukan pada event tertentu, seperti pameran, seminar, atau acara perusahaan lainnya. Selain itu, distribusi juga dapat dilakukan melalui promosi online, misalnya melalui media sosial atau website perusahaan. Merchandise juga dapat diberikan sebagai bagian dari program loyalitas pelanggan, sebagai hadiah untuk pembelian tertentu, atau sebagai insentif untuk partisipasi dalam survei atau kompetisi. Dengan strategi distribusi yang tepat, perusahaan dapat memastikan bahwa merchandise mencapai target audiens yang diinginkan dan digunakan secara efektif untuk meningkatkan kesadaran brand.

Dengan memanfaatkan merchandise secara efektif, perusahaan dapat mencapai berbagai tujuan pemasaran, termasuk meningkatkan kesadaran brand, menarik minat konsumen, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Merchandise tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai investasi jangka panjang dalam membentuk citra positif perusahaan. Merchandise yang dipilih dengan baik, didesain dengan menarik, berkualitas tinggi, dan didistribusikan dengan strategi yang tepat dapat membantu perusahaan membangun brand yang kuat dan dikenal luas di pasaran.

#### **B.4 Heritage**

Di tengah derasnya arus globalisasi, banyak nilai-nilai budaya dan sejarah yang berharga mulai terlupakan. Namun, di balik setiap sudut kota-kota tua tersimpan berbagai kisah dan warisan yang begitu kaya. Inilah yang menjadi

latar belakang pentingnya heritage atau warisan budaya dalam membentuk identitas suatu komunitas pecinta warisan budaya..Untuk menjelaskan lebih lanjut berikut adalah beberapa penjelasan tentang Heritage. Heritage, dalam Kamus Inggris-Indonesia karya John Echols dan Hasan Sadili, secara umum diterjemahkan sebagai warisan atau pusaka. Kamus Oxford, pada halaman 202, mendefinisikan heritage sebagai sejarah, tradisi, dan nilai-nilai yang dimiliki oleh suatu bangsa atau negara selama bertahun-tahun, yang dianggap sebagai bagian penting dari karakter bangsa tersebut. UNESCO memberikan makna heritage sebagai warisan dari masa lalu yang harus dijaga dan dilestarikan dari generasi ke generasi karena mengandung nilai-nilai luhur yang tinggi.

Peter Howard, dalam bukunya yang berjudul "Heritage Management", menguraikan heritage sebagai segala sesuatu yang ingin dilestarikan oleh manusia, baik itu budaya material maupun alam. Menurut buku "Heritage Management" yang diterbitkan pada tahun 1996, pengertian heritage mencakup warisan budaya yang bisa berupa benda-benda seperti monumen, arsitektur bangunan, tempat peribadatan, peralatan, dan kerajinan tangan. Selain itu, heritage juga mencakup warisan budaya yang tidak berwujud atau intangible, yang meliputi berbagai atribut kelompok atau masyarakat, seperti cara hidup, norma-norma, dan tata nilai yang mereka anut.

Dengan demikian, heritage tidak hanya terbatas pada benda-benda fisik yang bisa dilihat dan disentuh, tetapi juga mencakup aspek-aspek non-fisik yang membentuk identitas dan karakter suatu komunitas atau bangsa. Heritage adalah representasi dari masa lalu yang memiliki arti penting dan bernilai tinggi, yang perlu dilestarikan dan dihargai oleh generasi mendatang. Warisan ini membantu kita memahami sejarah, tradisi, dan perkembangan peradaban manusia, serta mengajarkan kita tentang pentingnya menjaga dan merawat nilai-nilai yang telah diwariskan oleh nenek moyang kita. Dalam konteks ini, upaya pelestarian heritage menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa nilai-nilai budaya yang berharga ini tidak hilang dan tetap dapat dinikmati serta dipelajari oleh generasi-generasi berikutnya.

Setiap heritage memiliki sejarah uniknya sendiri. Heritage tidak selalu berbentuk benda mati, melainkan juga bisa berupa makhluk hidup atau entitas

lain yang serupa. Heritage dapat berfungsi sebagai ikon suatu daerah, yang melambangkan peristiwa besar atau peninggalan penting yang ada di wilayah tersebut. Heritage merupakan bukti nyata atau petunjuk aktivitas masa lalu yang masih memiliki nilai sejarah signifikan hingga saat ini. Heritage juga merupakan bagian penting dari nilai sosial yang merekam kehidupan sehari-hari masyarakat. Selain itu, nilai-nilai yang terkandung dalam heritage juga mencakup catatan yang memperkaya kenangan dan adat istiadat suatu komunitas.

Menurut Synder dan Catanse dalam buku Budiharjo (1997), terdapat enam karakteristik utama yang mendefinisikan sebuah heritage. **Pertama** adalah kelangkaan, di mana heritage dianggap sebagai sesuatu yang langka dan unik. **Kedua** adalah kesejarahan, yang berarti heritage tersebut berlokasi di tempat terjadinya peristiwa bersejarah yang penting. **Ketiga** adalah estetika, yaitu heritage memiliki keindahan dalam bentuk struktur atau ornamentasi. **Keempat** adalah superlativitas, yang mengacu pada status heritage sebagai yang tertua, tertinggi, atau terpanjang dalam kategori tertentu. **Kelima** adalah kejamakan, yang berarti heritage tersebut mewakili suatu jenis atau ragam bangunan tertentu. Terakhir, keenam adalah pengaruh, yang menunjukkan bahwa keberadaan heritage tersebut akan meningkatkan citra dan kualitas lingkungan sekitarnya.

Heritage tidak hanya menjadi simbol masa lalu, tetapi juga berfungsi sebagai penanda penting yang menghubungkan generasi sekarang dengan sejarah dan budaya nenek moyang mereka. Heritage sering kali menjadi daya tarik utama bagi daerah tertentu, yang dapat menarik wisatawan dan memberikan nilai ekonomi tambahan. Misalnya, sebuah kota dengan bangunan bersejarah yang indah dan terawat baik bisa menjadi destinasi wisata yang populer, yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga menumbuhkan rasa bangga dan identitas lokal di kalangan penduduknya.

Menurut Undang-Undang No. 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya, pada Bab III yang membahas tentang Kriteria Cagar Budaya, di Pasal 5 dinyatakan bahwa suatu benda, bangunan, atau struktur dapat diusulkan sebagai benda cagar budaya, bangunan cagar budaya, atau struktur cagar budaya apabila memenuhi sejumlah kriteria tertentu. Kriteria-kriteria tersebut adalah sebagai berikut:



- a. Berusia 50 tahun atau lebih. Artinya, benda, bangunan, atau struktur tersebut harus memiliki umur yang telah mencapai atau melebihi lima puluh tahun
- b. Mewakili gaya masa yang paling tidak berusia 50 tahun. Ini berarti bahwa gaya atau desain dari benda, bangunan, atau struktur tersebut harus mencerminkan periode waktu yang sudah berlangsung selama setidaknya lima puluh tahun.
- c. Memiliki arti khusus bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan. Dengan kata lain, benda, bangunan, atau struktur tersebut harus memiliki nilai penting yang dapat memberikan kontribusi signifikan dalam bidang-bidang tersebut.
- d. Memiliki nilai budaya yang penting untuk penguatan kepribadian bangsa. Ini menunjukkan bahwa warisan tersebut harus memiliki makna atau nilai yang mendukung pembentukan identitas nasional dan memperkuat karakter bangsa.
- e. Berupa benda alam dan/atau benda buatan manusia yang dimanfaatkan oleh manusia, serta sisa-sisa biota yang dapat dihubungkan dengan kegiatan manusia dan/atau dapat dihubungkan dengan sejarah manusia. Ini mencakup benda-benda alami maupun buatan manusia yang memiliki keterkaitan dengan aktivitas manusia atau sejarah peradaban manusia.
- f. Bersifat bergerak atau tidak bergerak. Artinya, warisan tersebut bisa berupa benda yang dapat dipindahkan atau tetap berada di satu tempat.
- g. Merupakan kesatuan atau kelompok. Ini berarti bahwa warisan tersebut bisa berupa satu benda tunggal atau merupakan bagian dari sebuah kelompok atau koleksi yang memiliki keterkaitan satu sama lain.

#### B.4.1 Penggolongan Heritage

Dalam Piagam Pelestarian Pusaka Indonesia yang dideklarasikan di Ciloto pada 13 Desember 2003, heritage disepakati sebagai pusaka. Pusaka atau heritage di Indonesia mencakup beberapa kategori yang luas, yaitu pusaka alam, pusaka budaya, dan pusaka saujana.

##### **a. Pusaka Alam**

Pusaka alam adalah bentukan alam yang memiliki keistimewaan tertentu. Contoh-contoh pusaka alam di Indonesia termasuk Taman Nasional Komodo, Taman Nasional Ujung Kulon, Taman Nasional Lorentz, dan Cluster Tropikal Heritage of Sumatra. Lokasi-lokasi ini dikenal karena keindahan alamnya yang luar biasa dan keanekaragaman hayati yang dilindungi. Mereka tidak hanya penting bagi konservasi alam tetapi juga merupakan bagian integral dari warisan nasional yang patut dijaga dan dilestarikan untuk generasi mendatang.

##### **b. Pusaka Budaya**

Pusaka budaya mencakup hasil cipta, rasa, karsa, dan karya yang istimewa dari lebih dari 500 suku bangsa yang ada di Indonesia. Pusaka budaya ini dibagi lagi menjadi dua kategori, yaitu tangible dan intangible. Pusaka budaya yang tangible mencakup benda-benda berwujud seperti bangunan kuno, rumah adat, dan berbagai artefak budaya lainnya. Misalnya, bangunan-bangunan bersejarah dan rumah-rumah adat yang memiliki nilai arsitektural dan historis yang tinggi.

Di sisi lain, pusaka budaya yang intangible mencakup elemen-elemen yang tidak berwujud seperti folklor, cerita rakyat, tarian tradisional, kuliner, dan musik tradisional. Elemen-elemen ini menyimpan dan memelihara nilai-nilai, tradisi, dan pengetahuan yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Mereka mencerminkan identitas dan kekayaan budaya suatu masyarakat yang harus dijaga dan dilestarikan.

### **c. Pusaka Saujana**

Pusaka saujana adalah gabungan dari pusaka alam dan pusaka budaya yang ada dalam kesatuan ruang dan waktu. Pusaka saujana dikenal dengan konsep cultural landscape atau saujana budaya, yang menekankan keterkaitan antara budaya dan alam. Fenomena ini mencerminkan identitas yang kompleks dengan elemen-elemen yang berwujud dan tidak berwujud.

Berdasarkan pemahaman di atas, folklore dalam bentuk cerita rakyat, tarian, kuliner, musik tradisional, dan elemen budaya lainnya masuk dalam kategori pusaka budaya yang disebut heritage. Misalnya, menyimpan dan memelihara kenangan yang ditinggalkan oleh generasi sebelumnya, baik dalam bentuk petuah, buku harian, koleksi buku, etos kerja, mobil tua, album foto, dan lain-lain. Khusus untuk gedung dan bangunan tua, mereka dapat dikategorikan sebagai pusaka kota, yang menyimpan sejarah dan nilai-nilai arsitektural yang unik.

Salah satu contoh implementasi heritage adalah penggunaan Beteng Vendebrug, sebuah bangunan kuno yang merupakan bagian dari heritage. Bangunan ini digunakan sebagai sumber inspirasi dalam penciptaan siluet busana pesta. Dengan demikian, warisan budaya tidak hanya dilestarikan tetapi juga diintegrasikan ke dalam kehidupan modern dengan cara yang kreatif dan inovatif.

Pemahaman dan apresiasi terhadap berbagai jenis heritage ini sangat penting untuk memastikan bahwa warisan budaya dan alam Indonesia tetap terjaga dan dapat dinikmati oleh generasi mendatang. Melalui upaya pelestarian yang terstruktur dan terencana, Indonesia dapat memastikan bahwa pusaka-pusaka ini tidak hilang ditelan zaman, tetapi terus hidup dan memberikan nilai bagi masyarakat.

Kriteria-kriteria ini menunjukkan betapa pentingnya cagar budaya sebagai bagian dari warisan nasional yang harus dilestarikan dan dijaga keberadaannya. Cagar budaya tidak hanya mencakup artefak atau bangunan tua, tetapi juga bisa berupa situs alam, benda buatan manusia, dan bahkan sisa-sisa kehidupan biota yang berhubungan dengan manusia dan sejarahnya. Dengan memenuhi kriteria

tersebut, suatu benda, bangunan, atau struktur bisa diakui sebagai cagar budaya yang berharga dan mendapatkan perlindungan sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Pentingnya pengakuan dan perlindungan terhadap cagar budaya tidak hanya terletak pada nilai sejarah dan estetika semata, tetapi juga pada kontribusinya terhadap pendidikan, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan. Cagar budaya menjadi sumber pengetahuan yang berharga bagi generasi masa kini dan mendatang, memberikan wawasan tentang kehidupan masa lalu dan membantu kita memahami perkembangan peradaban manusia. Selain itu, cagar budaya juga memainkan peran penting dalam memperkuat identitas dan kepribadian bangsa, mencerminkan keberagaman budaya yang ada di dalamnya. Dengan demikian, menjaga dan melestarikan cagar budaya merupakan tanggung jawab bersama yang harus dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat. Hal ini tidak hanya untuk menghormati dan menghargai warisan nenek moyang, tetapi juga untuk memastikan bahwa nilai-nilai budaya yang penting ini tetap hidup dan dapat dinikmati serta dipelajari oleh generasi-generasi yang akan datang. Upaya pelestarian cagar budaya harus dilakukan dengan penuh kesadaran dan komitmen, melalui berbagai langkah konservasi, restorasi, dan edukasi yang melibatkan semua pihak terkait.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Komunitas Banyumas Heritage & History Community sedang berupaya untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda, yang seringkali kurang tertarik dengan sejarah dan warisan budaya. Untuk itu, diperlukan strategi yang kreatif dan inovatif dalam menyampaikan informasi agar dapat menarik perhatian mereka. Salah satu cara yang dipilih adalah dengan menciptakan merchandise bertema "Belajar History Gaya Funky."

Merchandise ini dirancang dengan desain yang modern, menarik, dan sesuai dengan selera generasi muda. Tema "Belajar History Gaya Funky" dipilih untuk menggabungkan unsur edukasi dengan elemen gaya hidup yang santai dan keren, sehingga sejarah dan warisan budaya dapat dipelajari dengan cara yang lebih menyenangkan dan tidak membosankan.

Dengan pendekatan ini, komunitas Banyumas Heritage & History Community berharap dapat membangun ketertarikan dan kesadaran di kalangan generasi muda terhadap pentingnya sejarah dan warisan budaya Banyumas. Selain itu, melalui merchandise yang menarik dan relevan ini, diharapkan pesan-pesan edukatif dapat lebih mudah diterima dan disebarkan di kalangan target audiens.

Penulis membuat empat master desain yang akan diaplikasikan ke dalam berbagai bentuk merchandise, yaitu T-shirt, totebag, mug, dan gantungan kunci. Proyek ini merupakan bagian dari upaya untuk menarik minat generasi muda terhadap sejarah dan budaya Banyumas, dengan menghadirkan elemen-elemen desain yang funky dan relevan dengan gaya hidup mereka. Namun, pembuatan merchandise ini tidak hanya sekadar menghasilkan produk, tetapi juga melalui serangkaian tahapan yang terencana untuk memastikan bahwa hasil akhirnya sesuai dengan visi dan tujuan yang ingin dicapai.

Mekanisme pembuatan merchandise ini dimulai dari fase pra-produksi, yang menjadi fondasi penting bagi seluruh proses kreatif. Pada tahap awal, penulis

melakukan pengumpulan data yang mencakup berbagai aspek, seperti tren desain terkini, preferensi estetika generasi muda, hingga riset mengenai sejarah dan budaya Banyumas yang akan diangkat dalam desain. Data ini menjadi landasan untuk memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh target audiens, sehingga desain yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki makna.

Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah menentukan target audiens secara lebih spesifik. Dalam hal ini, generasi muda menjadi fokus utama, namun penulis juga mempertimbangkan berbagai segmen dalam kelompok ini, seperti pelajar, mahasiswa, hingga pekerja muda yang memiliki gaya hidup aktif dan dinamis. Pemahaman yang mendalam mengenai target audiens ini membantu penulis dalam merancang desain yang tidak hanya menarik, tetapi juga resonan dengan nilai-nilai dan identitas mereka.

Selama proses perancangan merchandise bertema "Belajar History Gaya Funky" untuk Komunitas Banyumas Heritage & History Community, penulis menghadapi beberapa kendala yang terkait dengan pemahaman media yang digunakan untuk setiap jenis merchandise. Pada awalnya, penulis berfokus pada pengembangan konsep dan ide yang sesuai dengan tema, yaitu bagaimana mengemas sejarah dalam visual yang fun, modern, dan penuh warna. Meskipun konsep ini berhasil dikembangkan dengan baik melalui brainstorming dan eksplorasi ide, tantangan muncul saat konsep tersebut harus diaplikasikan pada berbagai media yang berbeda, seperti T-shirt, totebag, mug, dan gantungan kunci.

Setiap media memiliki karakteristik yang unik, baik dari segi tekstur, warna, hingga metode cetaknya. Misalnya, T-shirt dan totebag memerlukan perhatian khusus terhadap jenis bahan yang digunakan, karena tidak semua bahan dapat menampilkan warna dan detail desain dengan jelas. Mug, di sisi lain, memiliki permukaan yang lebih kecil dan melengkung, sehingga penempatan desain harus diperhitungkan dengan cermat agar visual tetap proporsional dan menarik. Gantungan kunci, sebagai media yang lebih kecil, memerlukan desain yang lebih sederhana namun tetap mencerminkan tema keseluruhan.

Melalui proses ini, penulis belajar bahwa setiap media memiliki batasan dan kelebihan sendiri yang harus dipahami dan diakomodasi dalam desain. Misalnya, bahan katun untuk T-shirt memberikan hasil cetak yang berbeda dibandingkan dengan bahan kanvas untuk totebag. Pemilihan metode cetak juga menjadi aspek penting yang perlu dipertimbangkan, seperti apakah menggunakan sablon manual, digital printing, atau teknik sublimasi, yang masing-masing memberikan hasil akhir yang berbeda pada media yang berbeda.

Pemahaman ini tidak datang secara instan, melainkan melalui berbagai revisi dan uji coba yang dilakukan selama proses produksi. Setiap revisi memberikan wawasan baru tentang bagaimana desain dapat dioptimalkan untuk media tertentu, sehingga pada akhirnya, penulis mampu menghasilkan merchandise yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan. Proses ini juga mengajarkan penulis tentang pentingnya fleksibilitas dalam desain, yaitu kemampuan untuk menyesuaikan konsep dengan berbagai media tanpa kehilangan esensi dari tema yang telah ditetapkan. Kendala-kendala ini, meskipun menantang, pada akhirnya memperkaya pengetahuan dan keterampilan penulis dalam merancang merchandise yang efektif dan berkesan.

## **B. Kritik dan Saran**

**Kritik maupu saran penulis berikan kepada pihak pihak terkait terutama BHHC dan Stikom Yogyakarta**

1. BHHC : lebih aktif melakukan interaksi di media sosial dan lebih aktif mengikuti meta yang terjadi di media sosial
2. STIKOM : dari pembelajaran advertising praktik lebih up to date dengan software dan task tugas yang sesuai dengan perkembangan supaya mahasiswa dapat lebih siap dengan perkembangan software di dunia kerja

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Budiharjo, Eko 1997. “*Arsitektur sebagai Warisan Budaya*”.  
Jakarta: Djambatan
- Howard ,Peter. 1996. “ *Heritage: Management, Interpretation,Identity*”  
Bournemouth University
- Landa. Robin .2011. “ *Graphic Design Solution 4th Edition* ”  
Kean University
- Lawrence Zeegen.2011.”*The Fundamentals of Illustration*”  
Bloomsbury Publishing
- Pujiriyanto, 2005, “*Desain Grafis Komputer*”. Yogyakarta,  
Andi Offset di Yogyakarta pada tahun 2005
- Ray, R. (2010). *Supply Chain Management for Retailing*. Tata McGraw Hill,  
New Delhi.
- Salam Sofyan. 2017.”*Seni Ilustrasi: Esensi, Sang Ilustrator, Lintasan,  
Penilaian*”. Badan Penerbit UNM Universitas Negeri Makassar Kampus  
Gunung Sari Baru
- Triyono, Sigit, 2006. “*Sukses Terpadu Bisnis Ritel Merchandise*”.  
Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya  
Kementerian Sekretariat Negara Indonesia
- Website :
- Jatmiko Wicaksono.2021. “ *Pabrik Gula Klampok* “. [www.Banjoemas.com](http://www.Banjoemas.com)  
Diakses pada Juli 2024
- Jatmiko Wicaksono.2021. “ *Pabrik Gula Kaliabgor* “ [www.Banjoemas.com](http://www.Banjoemas.com)  
Diakses pada Juli 2024

Lampiran :





Pameran Yogyatourium senin 19 agustus 2024