

PERANCANGAN *MERCHANDISE*
BAND “THE RENTENIR” MENGGUNAKAN
PENDEKATAN GAYA VISUAL K-POP



Oleh:
SARASWATI DYAH WIJAYANTI
1812526024

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2023

PERANCANGAN *MERCHANDISE*
BAND “THE RENTENIR” MENGGUNAKAN
PENDEKATAN GAYA VISUAL *K-POP*



Oleh:

SARASWATI DYAH WIJAYANTI

1812526024

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2023

Tugas Akhir Perancangan berjudul:

**PERANCANGAN MERCHANDISE BAND “THE RENTENIR”
MENGUNAKAN PENDEKATAN GAYA VISUAL KPOP** diajukan oleh
Saraswati Dyah Wijayanti, NIM 1812526024, Program Studi S-1 Desain
Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia
Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada
tanggal 27 Juni 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota



P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.

NIP 19700106 200801 1 017/ NIDN 0006017002

Pembimbing II/ Anggota



Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.

NIP 19821113 201404 1 001/ NIDN 0013118201

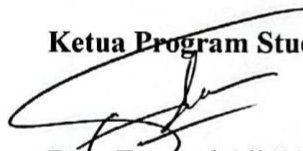
Cognate/ Anggota



Daru Tunggul Aji S.S., M.A.

NIP 19870103 201504 1 002/ NIDN 0003018706

Ketua Program Studi/ Ketua/ Anggota



Daru Tunggul Aji S.S., M.A.

NIP 19870103 201504 1 002/ NIDN 0003018706

Ketua Jurusan



Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NIP 19770315 200212 1 005/ NIDN 0015037702

Mengetahui,
**Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta**



Prof. Dr. Timpul Raharjo, M.Hum.

NIP 19691108 199303 1 001/ NIDN 0008116906

i

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **SARASWATI DYAH WIJAYANTI**

NIM : **1812526024**

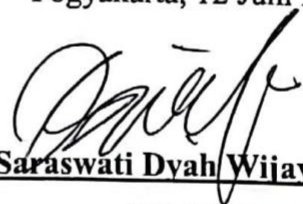
Fakultas : **SENI RUPA**

Jurusan : **DESAIN**

Program Studi : **DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul **PERANCANGAN *MERCHANDISE BAND* “THE RENTENIR” MENGGUNAKAN PENDEKATAN GAYA VISUAL *K-POP*** merupakan karya asli penulis/perancang sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan S-1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi atau instansi manapun; kecuali bagian sumber informasi yang dicantumkan sebagai acuan mengikuti tata cara dan etika penulisan dalam laporan Tugas Akhir ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Demikian pernyataan ini penulis/perancang buat dengan benar dan penuh tanggung jawab.

Yogyakarta, 12 Juni 2023


Saraswati Dyah Wijayanti
NIM 1812526024

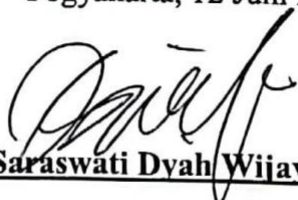
KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat-Nya, penulis/perancang dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perancangan yang berjudul PERANCANGAN *MERCHANDISE BAND* “THE RENTENIR” MENGGUNAKAN PENDEKATAN GAYA VISUAL *K-POP* dengan baik dan lancar. Tidak lupa penulis/perancang juga ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penulisan Tugas Akhir Perancangan ini.

Tujuan dari Tugas Akhir Perancangan ini sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana 1 dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKVV), Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Perancang/penulis sadar akan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga laporan ini tentu mempunyai kekurangan dalam berbagai aspeknya. Penulis/perancang menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan Tugas Akhir Perancangan ini tidak akan berjalan dengan lancar.

Karya penulisan ini merupakan dedikasi penulis/perancang bagi bidang Desain Komunikasi Visual, terutama dalam branding. Penulis/perancang berharap karya ini dapat menambah wawasan pembaca, termasuk para praktisi dan akademisi DKV. Penulis/perancang berharap agar karya Tugas Akhir Perancangan ini dapat menambah wawasan pembaca, termasuk para praktisi dan akademisi DKV. Karya ini diharapkan menjadi inspirasi bagi masyarakat untuk mengapresiasi musisi-musisi Indonesia dalam berbagai bentuk karya positif mereka.

Yogyakarta, 12 Juni 2023


Saraswati Dyah Wijayanti
NIM 1812526024

UCAPAN TERIMAKASIH

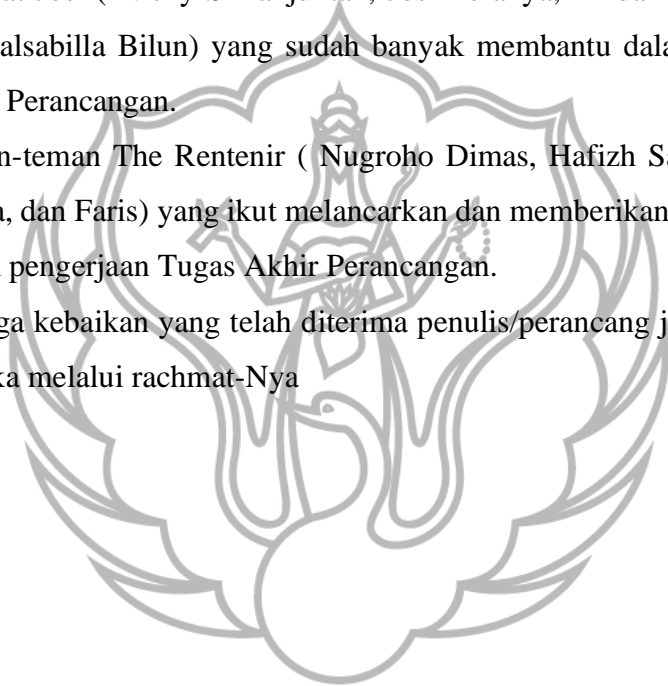
Puji syukur ke hadirat ALLAH SWT karena atas rahmat-Nya penulis/perancang dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perancangan yang berjudul **PERANCANGAN *MERCHANDISE BAND* “THE RENTENIR” MENGGUNAKAN PENDEKATAN GAYA VISUAL *K-POP*** dengan baik dan lancar. Penulisan Tugas Akhir Perancangan ini selesai tanpa hambatan dan rintangan yang terjadi, penulis/perancang mengucapkan Allhamdulillah hirobbil’alamin atas rahmat dan hidayah yang diberikan.

Dalam hal ini perancang banyak-banyak mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung kepada perancang, sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir **PERANCANGAN *MERCHANDISE BAND* “THE RENTENIR” MENGGUNAKAN PENDEKATAN GAYA VISUAL *K-POP*** dengan baik walaupun masih banyak kekurangan dan jauh dari kata kesempurnaan. Untuk itu penulis/perancang mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Keluarga besar di rumah Malang, Ayah Sarjono, Bunda ppinasthi Wilujeng, dan adik perancang tercinta Dimas Permadi Wijanarko yang sudah menjadi penyemangat dan penolong penulis/perancang selama mengerjakan Tugas Akhir Perancangan ini.
2. Prof. Dr. M Agus Burhan, M.Hum., Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Prof. Dr. Timbul Raharjo, M. Hum., Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Martino Dwi Nugroho, S.Sn., Mt., Ketua Jurusan Kriya, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Daru Tunggul Aji, S.S., M.A., Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual , Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. P.Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan saran dan masukan selama proses perancangan Tugas Akhir.

7. Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan saran dan masukan selama proses perancangan Tugas Akhir.
8. FX. Widyatmoko , S.Sn., M.Sn., selaku dosen wali yang telah mendukung proses pengerjaan Tugas Akhir Perancangan.
9. Segenap dosen di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya kurang lebih selama 5 tahun selama penulis/perancang menuntut ilmu di kampus.
10. Teman-teman DKV angkatan 2018 Prau Layar yang berkenan menjadi teman penulis/perancang selama belajar di kampus.
11. Sahabat Josi (Nicky Simanjuntak, Josi Zefanya, Linda Faris, Prasta Seni dan Salsabilla Bilun) yang sudah banyak membantu dalam proses Tugas Akhir Perancangan.
12. Teman-teman The Rentenir (Nugroho Dimas, Hafizh Sasining, Vinnory Cahya, dan Faris) yang ikut melancarkan dan memberikan banyak inspirasi dalam pengerjaan Tugas Akhir Perancangan.

Semoga kebaikan yang telah diterima penulis/perancang juga dilimpahkan kepada mereka melalui rachmat-Nya



**LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **SARASWATI DYAH WIJAYANTI**

NIM : **1812526024**

Fakultas : **SENI RUPA**

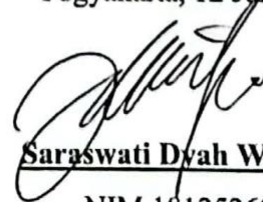
Jurusan : **DESAIN**

Program Studi : **DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, penulis/perancang memberikan karya Tugas Akhir Perancangan yang berjudul **PERANCANGAN *MERCHANDISE BAND* “THE RENTENIR” MENGGUNAKAN PENDEKATAN GAYA VISUAL *K-POP*** kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dengan demikian, penulis/perancang memberikan hak kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan karya kedalam bentuk lain yang relevan dengan kebutuhan perpustakaan, mengelola karya ke dalam bentuk pangkalan data perpustakaan, mendistribusikan karya secara terbatas untuk kepentingan akademis dan mempublikasikan karya di internet maupun di media lain hanya untuk kepentingan akademis.

Dengan memberikan hak ini penulis/perancang berharap karya Tugas Akhir Perancangan Merchandise Band “The Rentenir” Menggunakan Pendekatan Gaya Visual Kpop ini dapat menjadi sumbangan berharga bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi sumber pengetahuan yang bermanfaat untuk kepentingan akademis.

Yogyakarta, 12 Juni 2023



Saraswati Dyah Wijayanti

NIM 1812526024

ABSTRAK

Fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu* sangat populer di Indonesia, menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia. Namun, bukan berarti *Korean Wave* selalu membawa dampak negatif bagi musisi lokal di Indonesia, terutama band indie. Adanya *Korean Wave* juga memberikan banyak inspirasi tentang bagaimana mereka dapat menarik perhatian para penggemar mereka dan menumbuhkan sifat loyalitas ke idola mereka.. Salah satu aspek penting dari fenomena *Korean wave* ini adalah cara *K-POP* untuk membranding merchandise album fisik mereka dengan secara menarik. Dalam rancangan ini menghasilkan Album set fisik dari album pertama The Rentenir yang berjudul *Eternal Journey To The Greatest Self Exploration*. Namun, penting untuk diingat bahwa perancang harus menjaga integritas dan keaslian *Band* The Rentenir, untuk menjaga identitas mereka dengan baik. Album set fisik ini terdiri dari cover album, CD/DVD, *zine/photobook*, *photocard*, poster, buku lirik dan beberapa media pendukung yang akan dipublikasikan di media sosial.

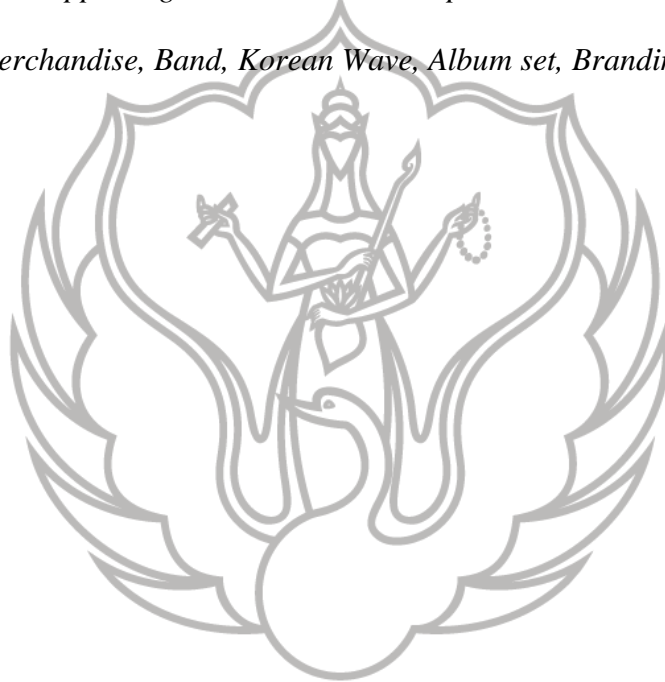
Kata kunci : *Merchandise, Band, Korean Wave, Album set, Branding, K-POP*



ABSTRACT

*The Korean Wave or Hallyu is very popular in Indonesia, becoming an inseparable part of Indonesian people's lives. However, that doesn't mean that the Korean Wave always has a negative impact on local musicians in Indonesia, especially indie bands. The presence of the Korean Wave also provides a lot of inspiration on how they can attract the attention of their fans and cultivate loyalty to their idols. One of the important aspects of this Korean wave phenomenon is the way K-POP has to membrane their physical merchandise albums in an interesting way. This design produces a physical album set from The Rentenir's first album entitled *Eternal Journey To The Greatest Self Exploration*. However, it is important to remember that the designer must maintain the integrity and authenticity of The Loaner Band, in order to maintain their identity properly. This physical album set consists of album covers, CD/DVD, zines/photobooks, photocards, posters, book lyrics and some supporting media which will be published on social media.*

Keyword : Merchandise, Band, Korean Wave, Album set, Branding, KPOP



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	
Error! Bookmark not defined.	
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Perancangan.....	5
D. Manfaat Perancangan.....	5
1. Manfaat Teoritis.....	5
2. Manfaat Praktis.....	5
E. Batasan Masalah.....	6
F. Metode Perancangan.....	6
1. Data Primer.....	6
2. Data Sekunder.....	7
G. Metode Identifikasi Data.....	7
1. Metode Kualitatif.....	7
2. Metode SWOT.....	7
H. Sistematika Perancangan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Tinjauan Tentang Merchandise.....	11
B. Tinjauan Tentang Gaya Visual <i>K-Pop</i>	21
C. Tinjauan Tentang The Rentenir.....	39
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	45

A. Konsep Media	45
1. Tujuan Media	45
2. Strategi Media	45
B. Konsep Kreatif	51
1. Tujuan Kreatif	51
2. Strategi Kreatif	52
C. Program Kreatif	66
1. Album Cover Art.....	66
2. CD/DVD	66
3. <i>Photobook</i>	67
4. <i>Lyric Book</i>	68
5. <i>Photocard</i>	68
6. <i>Sticker Pack</i>	69
7. Poster.....	70
D. Penggunaan <i>Software</i> Dalam Perancangan.....	71
1. Adobe Lightroom	71
2. Photoshop.....	71
3. Adobe Illustrator	72
4. Procreate.....	72
BAB IV VISUALISASI	75
A. Data Visual	75
1. Referensi Visual Album Art.....	75
2. Pengembangan bentuk <i>Album Art</i>	80
B. Perancangan Media Utama	90
1. Bentuk <i>Album Cover Art</i>	90
2. <i>Cover CD/DVD</i>	92
3. <i>Photobook</i>	93
C. Perancangan Media Pendukung.....	121
BAB V PENUTUP	126
A. Kesimpulan	126
B. Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN.....	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Nofixman, grafik: BTS’ Map of the Soul: 7 becomes the second fastest-selling album of all time after Adele’s 25.....	4
Gambar 1. 2	Sistematika Penulisan.....	10
Gambar 2. 1	Cover album Wendy Redvelvet Single album (Like Water) 5 April 2021	15
Gambar 2. 2	Cover album Treasure-2 nd mini album 4 Oktober 2022.....	15
Gambar 2. 3	Photocard girlgroup – TWICE	15
Gambar 2. 4	Photocard boygroup – Treasure.....	16
Gambar 2. 5	Dokumentasi Saraswati 2022 Album foto Stray Kids “Maxident”	16
Gambar 2. 6	Dokumentasi Saraswati 2022 Album foto Day 6 “ Remember Us: Yout Pt:2”	16
Gambar 2. 7	Album set Bigbang 10 th	17
Gambar 2. 8	J-Hope - Jack In The Box Desember 2022.....	17
Gambar 2. 9	Foto Poster BTS.....	18
Gambar 2. 10	Foto Poster NCT DREAM – Hot Sauce , Mei 2021	18
Gambar 2. 11	Light Stick Blackpink.....	19
Gambar 2. 12	Light Stick Itzy	19
Gambar 2. 13	New Jeans 1 st EP Bag (Limited), Agustus 2022.....	20
Gambar 2. 14	Itzy T-Shirt -The 1 st World Tour Checkmate, Agustus 2022	20
Gambar 2. 15	Gaya Desain Art Nouveau, Arts and Crafts Design Style (1893) .	22
Gambar 2. 16	Poster Bières de la Meuse tahun (1897) karya Alphonse Mucha..	22
Gambar 2. 17	White Space.....	24
Gambar 2. 18	Cover Film Man Hole Feel So Good.....	25
Gambar 2. 19	Wes Wilson, concert poster for The Association, 1966. Lettering becomes an image, signifying a cultural and generational shift in values.....	26
Gambar 2. 20	The Brain (Stoned) (1982) by Hanno Karlhuber, from the series “Energy of Space”	27
Gambar 2. 21	Karya dari Wes Wilson 1960’s.....	28

Gambar 2. 22	Andy Warhol - Marlyin Monroe 1967	29
Gambar 2. 23	IU-Strawberry Moon 20019	30
Gambar 2. 24	NCT 127- The 3rd Mini Album Cherry Bomb.....	31
Gambar 2. 25	Aespa-The 2 nd Mini Album Girls	32
Gambar 2. 26	Kai - EXO.....	33
Gambar 2. 27	Cocona - XG.....	34
Gambar 2. 28	Soobin - TXT Photo Concept Fight or Escape.....	34
Gambar 2. 29	TXT Photo concept Fight or Escape	35
Gambar 2. 30	Jaehyun - NCT 127.....	36
Gambar 2. 31	NCT Dream - Beatbox	37
Gambar 2. 32	Red Velvet ‘The ReVe Festival 2022 - Feel My Rhythm’	38
Gambar 2. 33	The Rentenir	39
Gambar 2. 34	Lagu Band The Rentenir-Spotify	40
Gambar 2. 35	Album Enternal Journey.....	41
Gambar 2. 36	Karya Saraswati 2022.....	41
Gambar 2. 37	Lagu Album Eternal Journey To The Greatest Self Exploration ..	42
Gambar 3. 1	Target Audiens	46
Gambar 3. 2	Model Cover Album Musik K-pop	48
Gambar 3. 3	Challenge Dance Video	51
Gambar 3. 4	Referensi Color Pallete Wardrobe Band The Rentenir	54
Gambar 3. 5	Moadboard New High	55
Gambar 3. 6	Wardrobe dan Makeup Chimm “New High”	56
Gambar 3. 7	Wardrobe dan Makeup Dimas “New High”	56
Gambar 3. 8	Wardrobe dan Makeup Hafizh “New High”	57
Gambar 3. 9	Tone Warna “Luna”	59
Gambar 3. 10	Wardrobe dan Makeup Dimas “Luna”	59
Gambar 3. 11	Wardrobe dan Makeup Hafizh “Luna”	60
Gambar 3. 12	Wardrobe dan Makeup Chim “Luna”.....	60
Gambar 3. 13	Emotional “Luna”	61
Gambar 3. 14	Moodboard "It Might Be a Doublecross"	62
Gambar 3. 15	Wardrobe dan Makeup "It Might Be a Doublecross"	63
Gambar 3. 16	Emotional "It Might Be a Doublecross"	63

Gambar 3. 17 Album Cover	66
Gambar 3. 18 NCT Dream - Album Set Bundle	67
Gambar 3. 19 Blackpink Photo Album	68
Gambar 3. 20 Stickerpack New Jeans - Bluebook	69
Gambar 3. 21 Sticker Pack	70
Gambar 3. 22 Poster NCT 127- Stiker	70
Gambar 3. 23 Adobe Lightroom	71
Gambar 3. 24 Photoshop	72
Gambar 3. 25 Adobe Illustrator	72
Gambar 3. 26 Procreate	73
Gambar 3. 27 Inshot	74
Gambar 4. 1 Merchandise T-shirt.....	76
Gambar 4. 2 Merchandise Hoodie dan Official Topi.....	77
Gambar 4. 3 Artwork.....	78
Gambar 4. 4 Album NCT Dream Glitch Mode dan Repackage Beatbox	78
Gambar 4. 5 Promosi #BringYourBeatbod	79
Gambar 4. 6 Sketsa Awal Bentuk Album Art	80
Gambar 4. 7 Album Cover Art.....	81
Gambar 4. 8 Album Cover Art.....	82
Gambar 4. 9 Layout Photobook Luna	83
Gambar 4. 10 Layout Photobook New High.....	84
Gambar 4. 11 Layout Photobook It Might Be A Doublecross.....	85
Gambar 4. 12 Sektsa Photobook	86
Gambar 4. 13 Poster	87
Gambar 4. 14 Sketsa Stickerpack Band The Rentenir	87
Gambar 4. 15 Sketsa Buku Lirik Band The Rentenir.....	88
Gambar 4. 16 Sketsa Photocard Band The Rentenir	88
Gambar 4. 17 Behind The Scene Pembuatan Photobook dan Video Promosi.....	89
Gambar 4. 18 Proses pembuatan video promosi TikTok dan Reels Instagram....	90
Gambar 4. 19 Album Cover Band The Rentenir.....	91
Gambar 4. 20 Album Cover Band The Rentenir.....	91
Gambar 4. 21 Album Cover Band The Rentenir.....	92

Gambar 4. 22 Cover CD/DVD Band The Rentenir.....	92
Gambar 4. 23 Cover CD/DVD Band The Rentenir.....	93
Gambar 4. 24 Cover Depan dan Belakang Photobook Band The Rentenir	93
Gambar 4. 25 Mockup Photobook Band The Rentenir	94
Gambar 4. 26 Photobook Halaman 1 dan 2 Band The Rentenir	94
Gambar 4. 27 Photobook Halaman 3 dan 4 Band The Rentenir	95
Gambar 4. 28 Photobook Halaman 5 dan 6 Band The Rentenir	95
Gambar 4. 29 Photobook Halaman 7 dan 8 Band The Rentenir	96
Gambar 4. 30 Photobook Halaman 9 dan 10 Band The Rentenir	96
Gambar 4. 31 Photobook Halaman 11 dan 12 Band The Rentenir	97
Gambar 4. 32 Photobook Halaman 13 dan 14 Band The Rentenir	97
Gambar 4. 33 Photobook Halaman 15 dan 16 Band The Rentenir	98
Gambar 4. 34 Photobook Halaman 16 dan 17 Band The Rentenir	98
Gambar 4. 35 Photobook Halaman 18 dan 19 Band The Rentenir	99
Gambar 4. 36 Photobook Halaman 20 dan 21 Band The Rentenir	99
Gambar 4. 37 Photobook Halaman 22 dan 23 Band The Rentenir	100
Gambar 4. 38 Photobook Halaman 24 dan 25 Band The Rentenir	100
Gambar 4. 39 Photobook Halaman 26 dan 27 Band The Rentenir	101
Gambar 4. 40 Photobook Halaman 28 dan 29 Band The Rentenir	101
Gambar 4. 41 Photobook Halaman 30 dan 31 Band The Rentenir	102
Gambar 4. 42 Photobook Halaman 32 dan 33 Band The Rentenir	102
Gambar 4. 43 Photobook Halaman 34 dan 35 Band The Rentenir	103
Gambar 4. 44 Photobook Halaman 36 dan 37 Band The Rentenir	103
Gambar 4. 45 Photobook Halaman 38 dan 39 Band The Rentenir	104
Gambar 4. 46 Photobook Halaman 40 dan 41 Band The Rentenir	104
Gambar 4. 47 Photobook Halaman 42 dan 43 Band The Rentenir	105
Gambar 4. 48 Photobook Halaman 44 dan 45 Band The Rentenir	105
Gambar 4. 49 Photobook Halaman 46 dan 47 Band The Rentenir	106
Gambar 4. 50 Photobook Halaman 48 dan 49 Band The Rentenir	106
Gambar 4. 51 Photobook Halaman 50 dan 51 Band The Rentenir	107
Gambar 4. 52 Photobook Halaman 52 dan 53 Band The Rentenir	107
Gambar 4. 53 Photobook Halaman 54 dan 55 Band The Rentenir	108

Gambar 4. 54 Photobook Halaman 54 dan 55 Band The Rentenir	108
Gambar 4. 55 Photobook Halaman 56 dan 57 Band The Rentenir	109
Gambar 4. 56 Buku Lirik Cover 1	109
Gambar 4. 57 Buku Lirik Cover 2 dan 3.....	110
Gambar 4. 58 Buku Lirik Halaman 1 dan 2.....	110
Gambar 4. 59 Buku Lirik Halaman 3 dan 4.....	110
Gambar 4. 60 Buku Lirik Halaman 5 dan 6.....	111
Gambar 4. 61 Buku Lirik Halaman 7 dan 8.....	111
Gambar 4. 62 Buku Lirik Halaman 9 dan 10.....	111
Gambar 4. 63 Buku Lirik Halaman 11 dan 12.....	112
Gambar 4. 64 Buku Lirik Halaman 13 dan 14.....	112
Gambar 4. 65 Buku Lirik Halaman 15 dan 16.....	112
Gambar 4. 66 Buku Lirik Halaman 17 dan 18.....	113
Gambar 4. 67 Buku Lirik Halaman 19 dan 20.....	113
Gambar 4. 68 Buku Lirik Halaman 21 dan 22.....	113
Gambar 4. 69 Buku Lirik Halaman 23 dan 24.....	114
Gambar 4. 70 Buku Lirik Halaman 25 dan 26.....	114
Gambar 4. 71 Buku Lirik Halaman 27 dan 28.....	114
Gambar 4. 72 Kemasan Merchandise Set Tampak Depan.....	115
Gambar 4. 73 Kemasan Merchandise Set Tampak Belakang.....	115
Gambar 4. 74 Kerangka Kemasan Merchandise Set.....	116
Gambar 4. 75 Poster Ilustrasi Band The Rentenir.....	116
Gambar 4. 76 Poster Band The Rentenir	117
Gambar 4. 77 Sticker Get Out dan It Might Be, Band The Rentenir	117
Gambar 4. 78 Sticker Luna dan Iternal Journey, Band The Rentenir	118
Gambar 4. 79 Sticker All The Amens dan This Song, Band The Rentenir	118
Gambar 4. 80 Sticker New High dan The Queen, Band The Rentenir	118
Gambar 4. 81 Sticker logo Band The Rentenir	119
Gambar 4. 82 Photocard Hafizh Band The Rentenir	119
Gambar 4. 83 Photocard Chim Band The Rentenir	120
Gambar 4. 84 Photocard Dimas Band The Rentenir.....	120
Gambar 4. 85 Katalog Album Art band “The Rentenir” Tampak Depan	121

Gambar 4. 86 Katalog Album Art band “The Rentenir” Tampak Belakang	121
Gambar 4. 87 T-Shirt Band The Rentenir	121
Gambar 4. 88 GSM Album Art band “The Rentenir” tampak luar.....	122
Gambar 4. 89 GSM Album Art band “The Rentenir” tampak dalam	122
Gambar 4. 90 Video Promotion Tiktok dan Reels Instagram, Hafizh Band The Rentenir	123
Gambar 4. 91 Video Promotion Tiktok dan Reels Instagram, Dimas Band The Rentenir	124
Gambar 4. 92 Video Promotion Tiktok dan Reels Instagram, Chim Band The Rentenir	125



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Behind The Scenes Pembuatan Album Art Eternal Journey To The Greatest Self Exploration bersama band “The Rentenir”	131
Lampiran 1. 1	Sesi Pemotretan Photobook Band “The Rentenir” Album Art Eternal Journey To The Greatest Self Exploration	131
Lampiran 1. 2	Sesi Pemotretan Photobook Band “The Rentenir” Album Art Eternal Journey To The Greatest Self Exploration	131
Lampiran 1. 3	Sesi Pemotretan Photobook Band “The Rentenir” Album Art Eternal Journey To The Greatest Self Exploration	132
Lampiran 1. 4	Sesi Makeup untuk pemotretan Photobook Band “The Rentenir” Album Art Eternal Journey To The Greatest Self Exploration.	132
Lampiran 2.	Display Pameran Tugas Akhir	133
Lampiran 2. 1	Display Pameran Tugas Akhir Perancangan Merchandise Band “The Rentenir” Menggunakan Pendekatan Gaya Visual K-Pop	133
Lampiran 3.	Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing 1 dan Dosen Pembimbing 2.....	133



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin banyaknya musisi tanah air yang akhir-akhir ini sudah mulai ditengok oleh masyarakat. Kehadiran musisi-musisi tersebut kadang mendapatkan respon positif hingga respon negatif. Musisi di Indonesia terbagi menjadi dua solois dan grub, solois sendiri penyanyi atau pemusik tunggal dan grub sering kita jumpai seperti band dan *idolgroup*. Beberapa dari mereka yang tidak bekerjasama dengan label atau indie cenderung tidak populer dibandingkan beberapa musisi yang memiliki label. Hal ini dikarenakan terbatasnya relasi maupun promosi band The Rentenir, sehingga tidak mendapatkan keuntungan yang diinginkan.

Band indie mulai dikenal oleh masyarakat dikarenakan mereka yang menawarkan hal berbeda dari beberapa band khususnya yang berlabel. Indie sendiri merupakan singkatan dari “*independent*”, yaitu sifat-sifat yang mandiri, bebas, merdeka hal itu membuat karya-karya mereka cenderung berada diluar kata “*mainstream*”. Band juga memiliki banyak macam genre musik seperti rock, jazz, blues, pop, techno dan lain sebagainya. Kebanyakan masyarakat lebih menggandrungi musik bergenre pop dikarenakan genre ini lebih mudah didengar dan banyak peminatnya. Meskipun karya *band pop indie* cenderung menarik, namun dengan terbatasnya promosi dan relasi membuat karya mereka jarang ditengok oleh masyarakat.

The Rentenir salah satu band indie asal Malang yang sedang memulai debut mereka di tahun 2021. The Rentenir merupakan aliran band pop ini debut dengan merilis lagu pertama mereka yang berjudul *Love Kills, Queen*, lagu ini berhasil memperoleh 3,235 streams. Penikmat musik mereka tidak hanya dari kalangan dari orang dewasa saja melainkan dari kalangan remaja hingga orang tua. The Rentenir memiliki 3 personel inti yaitu Dimas dan Chim digitar sedangkan Hafizh dibass. Selama dalam setahun mereka merilis 3 lagu lalu disusul dengan album terbaru mereka yang berjudul *Eternal Journey To The Greatest Self Exploration*, dengan 9 lagu yaitu *Eternal Journey, New High,*

Get Out!, It Comes Again, Luna, It Might Be A Doublecross, All The Amens, This Song is For Remembering You and Me, The Queen is Dead. Album *Eternal Journey To The Greatest Self Exploration* merupakan gambaran dari perjalanan abadi dari kisah hidup dari masing-masing personel. Kisah hidup yang dimulai dari awal 3 personel The Rentenir, penggambaran dari suatu emosional yang mereka alami sekarang dan nantinya. Album ini juga menjadi sebuah penghargaan dan pengingat bagi mereka di masa tua, jika The Rentenir pernah menciptakan sebuah karya album pertamanya yang dirilis 28 Juni 2022. Dalam album ini mereka berhasil merebut hati penikmat musik mereka lebih banyak lagi, karena dirasa lagu-lagu mereka yang *relate* dengan apa yang kita alami.

Saingan dari musisi Indie tak hanya dari musisi dalam negeri saja melainkan dari luar negeri, seperti *K-Pop*. Dilansir dari galamedia sebanyak 9,9% Youtube Indonesia diwarnai dengan tayangan *K-Pop*. Fenomena ini dapat dikatakan sebagai *Korean Wave*, istilah ini diberikan dimana budaya Korea Selatan yang tersebar secara global di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia (Shim, 2006). *K-Pop* menjadi salah satu budaya yang populer bukan hanya dari musik saja, namun tarian yang berada di dalam suatu karya di setiap idolgroup mereka di Korea Selatan menjadi "*selling point*". Di Indonesia sendiri *K-Pop* sudah mulai tersebar sejak tahun 2002, penyebarannya dimulai dari stasiun TV di Indonesia yang menayangkan beberapa K-Drama dan *K-Movie*. Tercatat sebanyak 50 judul K-Drama sudah ditayangkan di stasiun TV Indonesia pada tahun 2011 dan terus meningkat setiap tahunnya. Karena meningkatnya penggemar K-Drama menimbulkan kegemaran budaya Korea Selatan seperti *K-Pop*.

K-Pop merupakan aliran musik dari Korea Selatan beraliran pop, *K-Pop* menyuguhkan musik dengan tarian dari idolgroup. Namun tidak hanya pop saja yang ditawarkan oleh Korea melainkan genre-genre lainnya seperti rock, rnb dan hip-hop. Tahun 2011 merupakan tahun dimana seluruh Indonesia mengalami demam *K-Pop*, lagu mereka yang *easy listening* dan visual idol yang tidak main-main membuat penggemar di Indonesia semakin bertambah. Dengan adanya *K-Pop* ini menyebabkan beberapa musisi Indonesia lahir

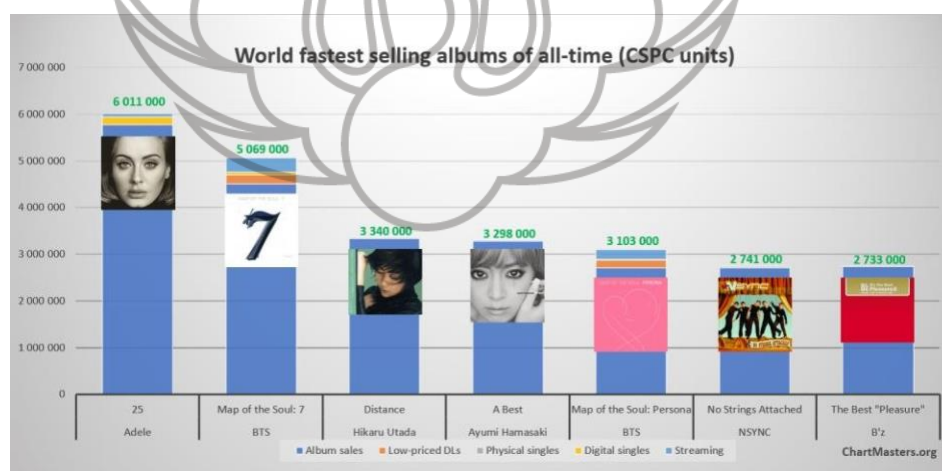
dengan formasi idolgroup seperti SMASH, Cherrybelle, dan Coboy Junior. Semua hal dari cara ritme lagu, cara berpakaian hingga musik video idolgroup Indonesia ini sedikit memiliki gaya visual *K-Pop*.

Kekuatan dari *K-Pop* dalam dunia musik semakin besar, segala hal menjadi panutan sejuta musisi di dunia saat ini. Selain panutan dalam berkarya *K-Pop* mempunyai strategi pemasaran yang sukses membawa artis mereka dapat dikenal dengan banyak orang di dunia. Dalam dunia industri mereka membuat sebuah keunggulan dari 6 sifat manusia yaitu psikologis, intelektual, sopan santun, emosional, kepribadian dan kebaikan. Selain mereka mengunggulkan visual yang menarik mereka membuat musik mereka berkaitan dengan kehidupan seperti masalah sosial, percintaan dan dilema dalam kehidupan. Hal ini akan semakin lebih banyak pendengar yang mendengarkan lagu-lagu mereka karena dirasa sama dengan apa yang pendengar rasakan. Dalam satu idolgroup mereka menggabungkan vokal, rap hiphop, dan tarian, ini yang membuat *K-Pop* mempunyai keunggulan karena lagu-lagu mereka yang tergolong unik. Calon idol mereka yang akan disebutkan terkadang akan dipromosikan terlebih dahulu sehingga idol tersebut setelah debut nanti sudah banyak dikenal oleh masyarakat. *K-Pop* akan memasarkannya ke offline terlebih dahulu dengan cara mengeksposnya terlebih dahulu di stasiun TV nasional lalu merambah ke online untuk pemasaran global melalui beberapa sosial media seperti Youtube, Twitter, Instagram dan lain sebagainya.

Gaya visual yang terdapat di musik video *K-Pop* menjadi ciri khas tersendiri, seperti warna, set studio, pengambilan beberapa *shot* dalam video klip tersebut. Karena *K-Pop* kebanyakan musisinya *idolgroup* yang memiliki *choreo*, video musik *K-Pop* mendapatkan kesan khusus dihati para penikmatnya. Dapat dibuktikan dari banyaknya penggemar mereka yang meremake musik video mereka, atau mengcover *choreo dance idolgroup* idola mereka. Dengan adanya kegiatan ini *K-Pop* semakin meraup untung karena hasil meremake musik video pemasukan dari video tersebut masuk ke agensi *K-Pop*. Tak hanya itu *K-Pop* juga kadang membuat perlombaan untuk penggemar mereka di seluruh dunia untuk meremake maupun mengcover

idolgroup, dengan kata lain *K-Pop* membuat suatu strategi marketing “*free promotion*”.

Merchandise adalah suatu produk yang diperjual belikan atau diiklankan dengan target konsumen yang sudah jelas. Perancangan *merchandise* ini sangat amat diperhitungkan dengan target audience dikarenakan untuk meningkatkan rasa kepemilikan penggemar atau audience dengan band kesukaan mereka. Sehingga dapat meningkatkan rasa loyal penggemar dalam pola penjualan *merchandise* tersebut. Perancangan sebuah *merchandise* ini merupakan gambaran sebuah citra dari *idolgroup* tersebut, tujuannya untuk membangun nilai atau pandangan dari *idolgroup* ke penggemar mereka. Berbeda dari kebanyakan *merchandise* musisi lain *K-Pop* mengoptimalkan *fanservice*. *Fanservice* adalah kegiatan interaksi penggemar dengan idol mereka yang berporos kepada kepuasan penggemar mereka. Kadang *fanservice* juga menciptakan kepuasan untuk penggemar dan idol. *Fanservice* ini dapat berupa jabat tangan, menyentuh wajah, mengobrol bersama, berpelukan, berfoto bersama dan lain sebagainya. Adanya budaya *fanservice* ini mengharuskan agensi atau tim yang merancang *merchandise* tersebut harus mengoptimalkan dari segala aspek sang idola.



Gambar 1. 1 Nofixman, grafik: BTS' Map of the Soul: 7 becomes the second fastest-selling album of all time after Adele's 25 (Sumber: allkpop, n.d. Diakses 21 April 2023)

Hal ini membuktikan bahwa terjualnya album fisik *K-Pop* sangat amat diminati oleh penggemarnya. Dan dengan adanya *Korean Wave* membuat

keadaan ini akan bertahan lama tidak hanya menjadi trend saja. Memanfaatkan keadaan ini perancang ingin meningkatkan *engagement* dari band The Rentenir dengan merancang *merchandise* album *Eternal Journey To The Greatest Self Exploration* menggunakan gaya visual *K-Pop*. Dengan menggabungkan kesan band pop dengan gaya visual dari *K-Pop*, diharapkan dapat menarik perhatian dari dua penggemar tersebut *K-Pop* dan non- *K-Pop*.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana cara merancang *merchandise band* “The Rentenir” menggunakan pendekatan visual *K-Pop* untuk meningkatkan *engagement* dari penggemar?

C. Tujuan Perancangan

Membuat pandangan baru dalam merancang *official merchandise* musisi band dalam memanfaatkan fenomena *Korean Wave* tanpa menghilangkan karakter dari musisi tersebut. Dengan cara mengemas band The Rentenir merealisasikan dalam bentuk fisik dengan menggunakan gaya visual *K-Pop* sehingga mampu mengembangkan target pasar atau konsumen secara emosional.

D. Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Perancangan ini diharapkan sebagai pandangan baru tentang *merchandise* menggunakan pendekatan gaya visual *K-Pop*, yang diharapkan dapat menginspirasi desainer maupun musisi untuk merancang *official merchandise* mereka dengan visual yang baru.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perancang

Dengan adanya perancangan ini perancang dapat belajar lebih banyak memahami pentingnya suatu *trend* dalam memasarkan suatu

produk, contohnya seperti *Korean Wave* dengan menggabungkan dua identitas yang berbeda yakni *K-Pop* dan *I-Pop* (*Indonesian Pop*).

b. Untuk band The Rentenir

Dengan adanya perancangan *Official Merchandise* band The Rentenir ini diharapkan dapat membantu menarik peminat musik semakin banyak dari non *K-Pop* maupun *K-Pop*.

c. Untuk media publik

Perancangan ini diharapkan dapat menarik perhatian dari media publik seperti media sosial maupun media cetak lainnya, agar mampu menarik perhatian penggemar musik dari segala macam genre musik.

d. Untuk industri kreatif

Dengan adanya perancangan ini diharapkan menginspirasi pelaku industri kreatif agar dapat lebih memperhatikan cara mempromosikan suatu produk dengan benar dan menarik, sehingga mampu mencapai target *audience* yang kita inginkan.

E. Batasan Masalah

Perancangan ini menitik beratkan pada *merchandise* album *bundle pack* yang meliputi album *box*, *cover album set*, *cover CD/DVD*, *stickerpack*, *photocard*, poster dan bukulirik dengan menggunakan pendekatan gaya visual *K-Pop*. Gaya visual yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah gaya visual yang sering digunakan oleh beberapa desainer Korea seperti gaya visual *Psychedelic* dan *Pop Art*. Target dari perancangan ini merupakan penikmat musik band pop rock dan *K-Pop*.

F. Metode Perancangan

1. Data Primer

Pengumpulan data primer dilakukan dengan pendekatan data kualitatif. Data kualitatif didapatkan dengan melakukan observasi langsung objek penelitian yakni beberapa album musik *K-Pop* dan beberapa *merchandise* musisi lokal. Data kualitatif juga didapatkan dengan cara mewawancarai

narasumber, seperti beberapa penggemar *K-Pop*, musisi band The Rentenir, beberapa penggemar band The Rentenir.

2. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder didapatkan berasal dari literatur yang sumbernya terdapat dari artikel, buku, jurnal, dan website maupun sumber pustaka yang lainnya. Pengumpulan data primer ini tentunya observasi dan menganalisis yang berkaitan dengan perancangan merchandise dan jurnal mengenai musik *K-Pop*.

G. Metode Identifikasi Data

Metode identifikasi data ini menggunakan:

1. Metode Kualitatif

Metode kualitatif adalah metode penelitian yang menggunakan alat pengumpulan data, contohnya seperti kajian pustaka, dokumentasi, observasi dan wawancara terhadap orang-orang yang berkaitan dengan penggemar *K-Pop* dan musik band The Rentenir sekaligus para pelaku musik tersebut.

2. Metode SWOT

Metode SWOT adalah metode untuk menggambarkan situasi atau kondisi yang sedang dihadapi oleh “The Rentenir”. Analisis SWOT ini terdiri dari empat unsur utama, yakni *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threats* (ancaman).

a. *Strength*

- 1) Karena keberagaman karakter personel band ini, The Rentenir memiliki beragam referensi musik.
- 2) Musik The Rentenir dapat mewakili perasaan kita seperti percintaan, persahabatan, dan keluarga.
- 3) Musik mereka sudah yang unik memadukan genre pop dan *rock*.
- 4) Memiliki target penggemar.

b. *Weakness*

- 1) Lemah dalam segi pemasaran seperti; *media coverage*, *market penetration* dan *branding*.

- 2) Belum menemukan warna atau karakter dari band The Rentenir.
- 3) Belum banyak yang mengenal The Rentenir.
- 4) Band The Rentenir sendiri merupakan band indie.
- 5) Relasi industri musik yang sedikit.

c. Opportunity

- 1) Adanya *Korean Wave*.
- 2) Band The Rentenir ini meskipun baru memulai debut mereka di tahun 2021 tetapi sudah mempunyai penggemar yang tidak sedikit.
- 3) Memiliki album yang baru dirilis.

d. Threats

- 1) Adanya *Korean Wave*, terdapat perubahan trending di dunia musik atau entertainment.
- 2) Takut terjadinya plagiat dengan rekan musisi lain.
- 3) Banyaknya pesaing musisi dari dalam negeri maupun luar negeri.

Hasil dari analisis ini dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kekuatan, mengurangi kelemahan atau mempertahankan peluang, serta menghindari potensi ancaman. Dalam penggunaan metode ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Strength Opportunity (kekuatan dengan peluang)

Dengan meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap musisi lokal dan masih berada di era *Korean Wave*, perancangan *merchandise* album ini diharapkan dapat menarik keuntungan dari dua penggemar yang memiliki genre berbeda yaitu *K-Pop* dan *band pop rock*.

b. Strength Threats (kekuatan dengan ancaman)

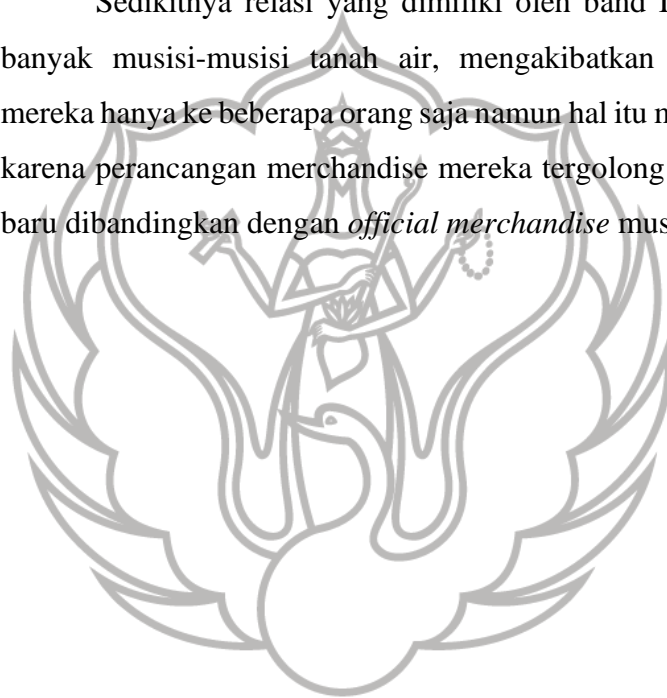
Meskipun masyarakat sudah mulai tertarik ke musik lokal namun tidak bernasib sama dengan beberapa musisi-musisi yang terkenal seperti *band indie*. Tantangan band The Rentenir adalah kurangnya relasi dalam mengiklankan atau mempromosikan karya mereka, hal ini membuat karya band tersebut jarang terdengar dan ditengok oleh masyarakat.

c. *Weakness Opportunity* (kelemahan dengan peluang)

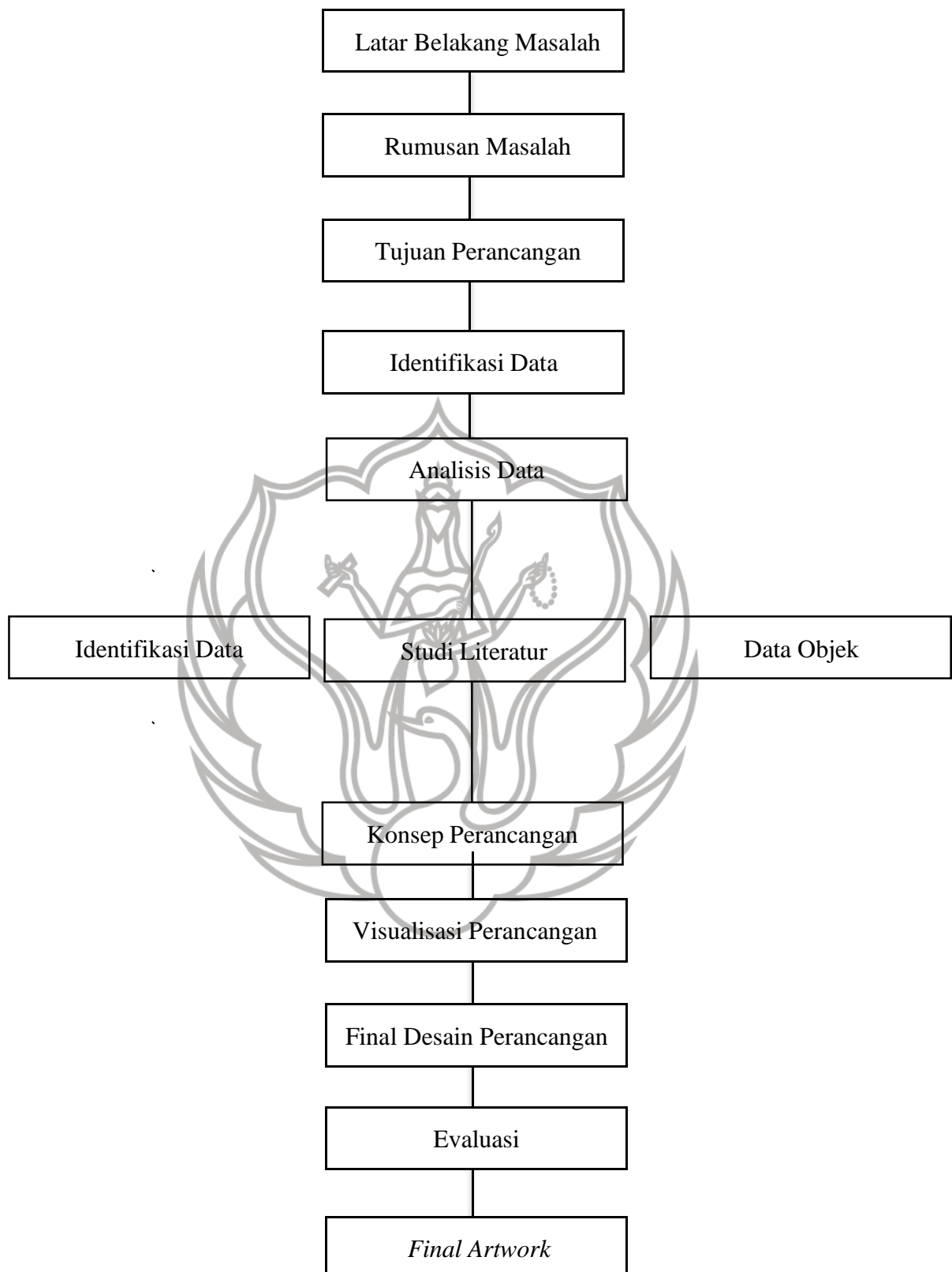
Kurangnya daya tarik masyarakat terhadap musisi *band indie* dengan dihantamnya *K-Pop* yang sudah menjadi top listening di negara Indonesia. Hal ini membuat keunggulan dari perancangan *merchandise* band The Rentenir dengan menggunakan pendekatan gaya visual *K-Pop* diharapkan masyarakat yang awam terhadap dunia pemusikan Indonesia, dapat menikmati musik The Rentenir sehingga band tersebut dapat bersaing di industri musik di Indonesia maupun di luar negeri.

d. *Weakness Threats* (kelemahan dengan ancaman)

Sedikitnya relasi yang dimiliki oleh band Indie dan dengan banyak musisi-musisi tanah air, mengakibatkan penjualan karya mereka hanya ke beberapa orang saja namun hal itu menjadi *point plus* karena perancangan *merchandise* mereka tergolong dengan tampilan baru dibandingkan dengan *official merchandise* musisi-musisi lain



H. Sistematika Perancangan



Gambar 1. 2 Sistematika Penulisan

