

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desain produk merupakan salah satu proses untuk menciptakan bentuk, tampilan dan fungsi dari suatu produk sehingga bisa memiliki nilai estetika, daya Tarik, dan fungsional. Adanya desain produk juga sebagai salah satu peran penting sebagai alat komunikasi visual yang mempresentasikan identitas, nilai, dan pesan tertentu terhadap audiens. [1]

Dalam era saat ini perlunya desain produk juga untuk menunjukkan simbol-simbol ataupun identitas untuk ketertarikan terhadap suatu komunitas tertentu. Salah satu penerapan dalam desain adalah produk desain merchandise. Merchandise merupakan produk yang dirancang sebagai produk fisik dalam suatu brand. Saat ini terdapat fenomena *Korean Wave*, yang didalamnya terdapat K-Pop, keberadaan merchandise ini simbol dukungan bagi penggemar dengan artis idolanya. [2] Dan merchandise merupakan salah satu bentuk sebagai identitas diri dalam bagian suatu komunitas atau *fandom*.

Ada banyak *Boygrouop* dan *Girlgoup* yang disukai oleh banyak kalangan yang menarik perhatian publik salah satunya adalah Enhypen yang merupakan salah satu *Boygrouop* dari generasi ke-empat, Enhypen debut 30 November pada tahun 2020 melalui acara survival yang disiarkan oleh Mnet yaitu acara I-land. Enhypen ini berada didalam naungan agensi Belift Lab yang merupakan anak Perusahaan dari Hybe *Entertainment*. Dan Enhypen memiliki komunitas penggemar atau nama *fandom* resmi dengan sebutan Engene [3]. Semakin

bertumbuh dan berkembang Enhypen berhasil menarik perhatian Masyarakat dengan konsep visual yang menarik serta interaksi aktif dengan para penggemar melalui media sosial.

Sebagai fandom resmi Enhypen, Engene memiliki identitas visual dari mulai warna dan juga logo resmi. Identitas fandom ini bisa dilihat dengan aktifitas yang mereka lakukan, dan melalui dengan penggunaan produk merchandise juga menjadi simbol identitas dalam suatu fandom.

Adanya salah satu brand lokal yaitu brand Enlovers adalah brand yang awalnya hadir sebagai jasa titip yang menjual kembali produk *official* merchandise Enhypen. Tujuan awalnya adalah agar mempermudah dari penggemar Enhypen untuk mengakses pembelian produk merchandise *official* Enhypen.

Tetapi seiring berjalannya waktu karena harga *impor* yang tinggi maka brand Enlovers ini *hiatus* dari pembelian produk *impor*, dan beralih menjadi brand yang menyediakan produk *merchandise fanmade* sebagai kebutuhan khusus oleh event komunitas, *campaign digital*, atau sebagai *freebies* yang dibagikan secara gratis kepada sesama penggemar.

Tujuan utamanya bukan untuk memperoleh keuntungan, melainkan sebagai bentuk dukungan, ekspresi kreatifitas, dan mempererat hubungan antar penggemar di komunitas. Merchandise ini memiliki salah satu peran penting bagi penggemar Enhypen atau Engene, tidak hanya sebagai koleksi tetapi merupakan bentuk dukungan kepada artisnya serta sebagai bentuk identitas *fandom* Enhypen atau Engene. Penulis menawarkan salah satu alternatif

produk lokal untuk merancang produk merchandise *fanmade* sebagai atribut yang digunakan untuk mengenali identitas *fandom* Enhypen. Merchandise *fanmade* ini dibuat lebih eksklusif karena desainnya yang dibuat *from fans, for fans* dan juga memiliki nilai emosional tersendiri bagi penggemar.

Adapun terkait dengan aturan lisensi yang dibuat oleh Agensi yang menaungi Enhypen sendiri adalah Penggemar tidak diperbolehkan untuk menggunakan atau menyertakan IP Enhypen. Dan Agensi telah memperingatkan untuk Penggemar Enhypen tentang pengadaan Event komunitas atau aktifitas komersial yang menggunakan atau menyertakan IP Enhypen tanpa izin Agensi. [3]

Sebagai merchandise *fanmade* ini tetap mempertahankan dari identitas *fandom* Enhypen. Penulis merancang produk merchandise *fanmade* dengan berbagai jenis produk merchandise yaitu *T-Shirt*, *Totebag*, *Keychain*, Stiker, *Photocard Holder*, *Wall Decoration*, dan *handfan*. Desain dari produk merchandise ini mengikuti dengan preferensi desain yang diminati oleh penggemar Enhypen atau Engene.

Perancangan merchandise ini termasuk kedalam bidang desain grafis lebih tepatnya Branding dan Identitas Visual. Dengan adanya perancangan desain merchandise ini diharapkan menjadi solusi untuk mendorong kreatifitas lokal dari brand Enlovers sebagai karya identitas fandom untuk penggemar Enhypen atau Engene. Maka dari itu penulis mengambil judul untuk *project* Tugas Akhir berdasarkan latar belakang tersebut yaitu **“Perancangan Desain Produk Merchandise Sebagai Identitas *Fandom* Enhypen oleh Brand Enlovers”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan dapat dilihat kesimpulan identifikasi masalahnya yaitu :

1. Kurangnya media ekspresi visual yang menunjukkan identitas *fandom* bagi penggemar Enhypen sebagai bagian dari komunitas penggemar Enhypen atau Engene.
2. Brand Enlovers belum memiliki arah visual yang terstruktur dalam pengembangan produk merchandise *fanmade*.

1.3 Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah dalam penelitian sebagai project Tugas Akhir ini adalah :

1. Perancangan hanya berfokus pada produk merchandise *fanmade* yang ditujukan untuk penggemar Enhypen atau Engene yang berada di Indonesia, bukan produk merchandise resmi atau kolaborasi dengan agensi/idol.
2. Produk yang dirancang merupakan mengekspresikan identitas fandom Engene, bukan representasi langsung dari anggota Enhypen secara personal maupun eksplisit (tidak mencantumkan wajah, logo resmi, atau elemen hak cipta milik agensi).
3. Proses yang dirancang mencakup perancangan visual, mulai dari konsep desain, pemilihan gaya visual, sampai dengan pembuatan *mockup* desain produk merchandise.

4. Perancangan ini juga lebih difokuskan pada aspek desain grafis, terutama pada bidang branding dan identitas visual.
5. Produk yang dirancang sesuai dengan preferensi yang diinginkan oleh penggemar Enhypen atau Engine sesuai dengan observasi yang akan dilakukan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang menjadi bahasan dalam project tugas Akhir ini yaitu :

1. Bagaimana merancang produk merchandise yang mampu menggambarkan identitas fandom Enhypen atau Engine secara visual, serta sesuai dengan minat penggemar Enhypen di Indonesia terutama di Tegal Jawa Tengah oleh brand Enlovers?

1.5 Tujuan Perancangan

1. Membangun Identitas Visual brand Enlovers sebagai brand yang mengembangkan produk merchandise *fanmade* untuk penggemar Enhypen atau Engine sebagai suatu bentuk ekspresi *fandom*.
2. Membuat desain merchandise *fanmade* yang masih mempresentasikan identitas penggemar Enhypen atau Engine.
3. Menentukan media merchandise sesuai dengan preferensi minat penggemar Enhypen atau Engine.

1.6 Manfaat Perancangan

Dalam perancangan dari *Project* Tugas Akhir memiliki manfaat sebagai berikut yaitu :

1. Penulis

Dalam perancangan *project* tugas akhir Ini penulis dapat berkesempatan untuk terlibat langsung dalam mengerjakan *project*. Dengan mengerjakan *project* Tugas Akhir ini penulis dapat meningkatkan skill bidang desain grafis dan juga branding.

2. Program Studi Desain Komunikasi Visual

Project Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi program studi desain komunikasi visual Politeknik Harapan bersama Tegal yaitu untuk menghasilkan lulusan yang berkompeten.

3. Komunitas Engine.

Manfaat bagi komunitas penggemar Enhypen (Engine) ini adalah menyediakan pilihan merchandise *fanmade* lokal yang lebih terjangkau dan mudah didapatkan dan adanya manfaat penelitian ini bisa mendukung kreatifitas dan identitas komunitas penggemar Enhypen (Engine) sehingga komunitas ini bisa lebih dikenal secara umum

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir dengan judul **“Perancangan Desain**

Produk Sebagai Merchandise Alternatif untuk Penggemar Enhypen”

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar beklakang masalah, identifikasi masalah, Batasan masalah, Rumusan masalah, tujuan perancangan dan manfaat perancangan

BAB II : Pada Bab ini terdiri dari Tinjauan Pustaka yang berisi teori- teori mencakup penelitian sejenis, landasan teori.

BAB III : Bab ini berisi antara lain : penelitian, lokasi penelitian, model yang digunakan, rancangan penelitian, serta teknik pengumpulan dan analisis data.

BAB IV : Bab ini menjelaskan sistem yang diimplementasikan, serta hasil penelitian dan pembahasan secara detail yang ada pada bab sebelumnya.

BAB V : PENUTUP Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisis dan perancangan publikasi berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN