

**PERANCANGAN KONTEN SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
MERCHANDISE *FANMADE* ENHYPEN LOKAL  
PADA *BRAND* ENLOVERS**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Pada Program

Studi Diploma III Desain Komunikasi Visual

**Oleh :**

**Nama : Riamyzard Alamsyah**

**NIM : 22120029**

**PROGRAM STUDI DIII DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA TEGAL**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanggung jawab dibawah ini:

Nama : Riamyzard Alamsyah

Nim : 22120029

Adalah Mahasiswa program Studi DIII Desain Komunikasi Visual Politeknik Harapan Bersama Tegal, dengan ini saya menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir yang berjudul:

**“PERANCANGAN KONTEN SEBAGAI MEDIA PROMOSI MERCHANDISE FANMADE ENHYPEN LOKAL PADA BRAND ENLOVERS”**

Merupakan hasil dari pemikiran sendiri secara orisinil dan saya susun secara mandiri dengan tidak melanggar kode etik hak karya cipta. Pada Laporan Tugas Akhir ini merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik tertentu di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata Laporan Tugas Akhir ini terbukti melanggar kode etik karya cipta atau merupakan karya yang dikategorikan mengandung unsur plagirsm, maka saya bersedia untuk melakukan penelitian baru dan Menyusun sebagai laporan Tugas Akhir, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sesungguhnya.

Tegal, 25 Nov 2025

Yang membuat pernyataan

  
Riamyzard Alamsyah  
NIM. 22120029

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Politeknik Harapan Bersama Tegal, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riamyzard Alamsyah  
NIM : 22120029  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Harapan Bersama Tegal **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*None Exlusive Royalty Free High*) atau Tugas Akhir saya yang berjudul:

**“PERANCANGAN KONTEN SEBAGAI MEDIA PROMOSI MERCHANDISE FANMADE ENHYPEN LOKAL PADA BRAND ENLOVERS”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Politeknik Harapan Bersama Tegal berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk perangkat data (database), merawat dan mempublikasii Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pemcipta dan pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sesungguhnya.

Tegal, 25 Nov 2025

Yang membuat pernyataan



Riamyzard Alamsyah  
NIM. 22120029

## HALAMAN PERSETUJUAN

Pembimbing Tugas akhir memberikan rekomendasi kepada:

Nama : Riamyzard Alamsyah

NIM : 22120029

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul Tugas Akhir : **“PERANCANGAN KONTEN SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
MERCHANDISE ENHYPEN LOKAL PADA BRAND ENLOVERS”**

Mahasiswa tersebut telah dinyatakan selesai melaksanakan bimbingan dan dapat mengikuti Ujian Tugas Akhir pada tahun akademik 2025/2026

Tegal, 11 Juli 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Ahmad Ramdhani, Kom., M.DS  
NIPY. 05.015.272



Nadia Safina Faradis, S.Ds., M.I.Kom.  
NIPY. 09.023.545

## HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Riameyard Alamsyah  
NIM : 22120029  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul.Tugas Akhir : **“PERANCANGAN KONTEN SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI MERCHANDISE ENHYPEN LOKAL PADA BRAND ENLOVERS”**

Telah dipertahankan dan dipertanggungjawabkan dihadapan penguji  
dan diterima sebagai persyaratan mendapatkan gelar Amd.Ds.

Tegal, 11 Juli 2025

### Dewan Penguji

Nama

1. Ketua : Robby Hardian, S.IP, M.DS
2. Penguji I : Dessy Ratna Putri, S. Sn., M. Hum
3. Penguji II : Nadia Safina Faradis, S.Ds., M.I.Kom

Tanda Tangan

1. ....  
2. ....  
3. ....

Mengetahui,

Ketua Program DIII Desain Komunikasi Visual



Robby Hardian, S.IP, M.DS

NIPY. 07.019.416

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jangan bilang ke tuhan kalau kita punya masalah,tapi bilang ke masalah kalau kita punya tuhan.”

— **Nastasia Adeline**

Laporan Tugas Akhir ini kupersembahkan dengan tulus kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas Rahmat, kekuatan, dan jalan yang selalu tersedia dalam setiap proses perjalanan ini.
2. Kedua Orang Tua, Terutama Mama sumber kekuatan dan cinta terbesar serta terima kasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tak terhingga.
3. Bapak Ahmad Ramdhani, S.Kom, M.DS. dan Ibu Nadia Safina Faradis, S.Ds., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing I dan II yang telah memberikan arahan, semangat, dan waktu selama proses pengerjaan tugas akhir ini.
4. Komunitas Engene Tegal, Terima Kasih atas dukungannya dan mengizinkan kami menjadikan objek penelitian tanpa kalian proses penelitian ini tidak akan berhasil.
5. Dosen-dosen DKV Politeknik Harapan Bersama, yang selama ini telah membagikan ilmu, inspirasi, dan dukungan dalam proses belajar selama masa studi.
6. Teman sekelompok saya, yang akhirnya berjuang Bersama melalui *ups* and *downs*. Terima kasih sudah berhasil menyelesaikan *Project* Serta Laporan Tugas Akhir ini.
7. Teman – teman terdekat: Kela, Tita, dan Nopal – terima kasih atas tawa, semangat, dan waktu yang kita lalui Bersama, kalian bagian penting dari perjalanan ini.

8. Ponakan terasayang, Abizar yang terkadang selalu menemani dikala waktu senggang untuk menghibur dan melepaskan penat.
9. Almamaterku, Politeknik Harapan Bersama, tempat di mana aku bertumbuh, belajar, dan menemukan arah langkahku.
10. Diriku sendiri, untuk keberanian dalam memulai, ketekunan dalam menjalani, dan kekuatan untuk menyelesaikan.

Semoga karya ini menjadi wujud nyata dari segala usaha, doa, dan dukungan yang telah mengiringi setiap langkah dalam proses ini.

## PERANCANGAN KONTEN SEBAGAI MEDIA PROMOSI MERCHANDISE ENHYPEN LOKAL PADA BRAND ENLOVERS

### ABSTRAK

Konten visual merupakan media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada audiens, khususnya di media sosial. Konten digital yang terstruktur dan menarik mampu memperkuat identitas suatu brand, membedakannya dari kompetitor, serta membangun minat audiens melalui pertimbangan estetika visual dan narasi sesuai karakter brand. Promosi berperan penting dalam menyampaikan informasi produk dan membangun komunikasi dua arah, dengan *platform* seperti Instagram yang memudahkan integrasi visual *branding* dan *storytelling* ke dalam konten grafis, video, hingga kampanye interaktif. Merchandise *fan made* hadir sebagai alternatif produk yang mencerminkan identitas visual sebuah *fandom* atau komunitas. Salah satu brand lokal yang berperan di komunitas penggemar Enhypen adalah *Enlovers*, yang awalnya menyediakan jasa titip produk resmi dari luar negeri sebelum beralih menjadi penyedia merchandise *fan made* non-komersial untuk event komunitas, kampanye digital, atau freebies. Penelitian ini bertujuan merancang konten digital sebagai media promosi merchandise *fan made* *Enlovers* yang tidak hanya memperkenalkan produk, tetapi juga memperkuat identitas *brand*, membangun engagement dengan audiens, dan memperluas jangkauan ke komunitas *fandom* K-Pop lokal. Metode yang digunakan meliputi pendekatan kualitatif melalui studi literatur, observasi, dan analisis preferensi audiens melalui penyebaran kuesioner yang terdapat 33 Responden dari Penggemar Enhypen. Hasil perancangan diharapkan dapat menjadi strategi promosi efektif yang menggabungkan aspek kreatif, visual branding, dan kedekatan komunitas.

**Kata kunci:** Konten Visual, Media Promosi, Merchandise *Fanmade*, Identitas Brand

## **DESIGNING CONTENT AS A PROMOTIONAL STRATEGY FOR LOCAL ENHYPEN FANMADE MERCHANDISE ON ENLOVERS**

### **ABSTRACT**

*Visual content is a powerful communication tool for conveying messages to audiences, especially on social media. Well-organized and engaging digital content can bolster a brand's identity, distinguish it from competitors, and pique audience interest through visual appeal and narratives that align with the brand's personality. Promotion is vital for sharing product information and establishing two-way communication, with platforms like Instagram facilitating the integration of visual branding and storytelling into graphics, videos, and interactive campaigns. Fanmade merchandise has surfaced as an alternative product that embodies the visual identity of a fandom or community. One local brand that is actively engaged with the Enhypen fan community is Enlovers. They began by offering personal shopping services for official products from overseas but have since evolved into a non-commercial provider of fanmade merchandise for community events, digital campaigns, or giveaways. This study aims to create digital content as a promotional medium for Enlovers' fanmade merchandise, not only to showcase products but also to reinforce brand identity, foster audience engagement, and broaden reach within the local K-Pop fandom community. The research utilizes a qualitative approach through literature reviews, observations, and audience preference analysis via questionnaires distributed to 33 respondents from the Enhypen fandom. The design results are expected to serve as an effective promotional strategy that blends creativity, visual branding, and community connection.*

**Keywords:** *Visual Content, Promotional Media, Fanmade Merchandise, Brand Identity*

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah dan inayah-Nya hingga terselesaikannya laporan Tugas Akhir dengan judul **“PERANCANGAN KONTEN SEBAGAI MEDIA PROMOSI *MERCHANDISE FANMADE* ENHYPEN LOKAL PADA *BRAND* ENLOVERS”**

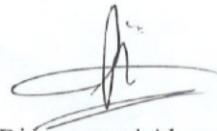
Tugas Akhir merupakan suatu kewajiban bagi mahasiswa yang harus dilaksanakan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam mencapai tingkat Ahli Madya Terapan pada program studi diploma III Desain Komunikasi Visual Politeknik Harapan Bersama. Selama melaksanakan penelitian dan kemudian tersusun dalam laporan Tugas Akhir ini banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan. Pada kesempatan ini, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. apt. Heru Nurcahyo, S.Farm., M.Sc. selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama Tegal.
2. Bapak Robby Hardian, S.IP., M.Ds. Selaku Ketua Program Studi DIII Desain Komunikasi Visual Politeknik Harapan Bersama Tegal.
3. Bapak Ahmad Ramdhani, S.Kom, M.Ds. Selaku Dosen Pembimbing I
4. Ibu Nadia Safina Faradis, S.Ds., M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing II.
5. Komunitas Engene Tegal selaku objek penelitian sekaligus narasumber dalam project Tugas Akhir ini.
6. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu serta mendoakan penyelesaian laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Tegal, 30 Oktober 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'R' followed by a series of loops and a horizontal line at the end.

Riamyzaard Alamsyah  
NIM. 22120029

## DAFTAR ISI

|                                                                                                 |             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>                                                                 | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>                                                      | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>                                                                | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                                                                 | <b>iv</b>   |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>                                                              | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                                             | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                                           | <b>viii</b> |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                                                     | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                          | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                       | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                                       | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                                                    | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                                                  | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                                                         | 1           |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                                                                  | 3           |
| 1.3 Batasan Masalah.....                                                                        | 3           |
| 1.4 Rumusan Masalah .....                                                                       | 3           |
| 1.5 Tujuan Perancangan.....                                                                     | 4           |
| 1.6 Manfaat Perancangan .....                                                                   | 4           |
| 1.7 Sistematika Penulisan .....                                                                 | 5           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                                                            | <b>6</b>    |
| 2.1 Penelitian Sejenis.....                                                                     | 6           |
| 2.1.1 Strategi Konten Media Sosial SM <i>Entertainment</i> di Indonesia Melalui Instagram ..... | 6           |

|                                                                                                                                            |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.2 Pemanfaatan Media Sosial Twitter dalam Menunjang Komunikasi Pemasaran Merchandise K-Pop pada <i>Online Shop @fullsunkstuff</i> ..... | 6         |
| 2.1.3 Perancangan Strategi Konten Visual Untuk Instagram Situ Cileunca.....                                                                | 7         |
| 2.2 Landasan Teori .....                                                                                                                   | 8         |
| 2.2.1 Teori Perancangan .....                                                                                                              | 8         |
| 2.2.2 Pengertian Konten .....                                                                                                              | 8         |
| 2.2.3 Pengertian Media Promosi.....                                                                                                        | 8         |
| 2.2.4 Pengertian Komunitas.....                                                                                                            | 9         |
| 2.2.5 Media Sosial sebagai Bagian dari Identitas Branding .....                                                                            | 9         |
| 2.2.6 Ketentuan Lisensi dan Batasan Penggunaan IP ( <i>Intellectual Property</i> ).....                                                    | 10        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                                                                                     | <b>11</b> |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....                                                                                                      | 11        |
| 3.2 Bahan Penelitian .....                                                                                                                 | 11        |
| 3.2.1 Data Primer.....                                                                                                                     | 12        |
| 3.2.2 Data Sekunder .....                                                                                                                  | 12        |
| 3.3 Alat penelitian .....                                                                                                                  | 13        |
| 3.3.1 Perangkat Keras .....                                                                                                                | 13        |
| 3.3.2 Perangkat Lunak .....                                                                                                                | 14        |
| 3.4 Prosedur Penelitian .....                                                                                                              | 14        |
| 3.4.1 <i>Brainstorming</i> .....                                                                                                           | 14        |
| 3.4.2 Metode Penelitian .....                                                                                                              | 14        |
| 3.4.3 Analisis Data.....                                                                                                                   | 15        |
| 3.4.4 Pembuatan Karya.....                                                                                                                 | 16        |
| 3.5 Kerangka Berfikir .....                                                                                                                | 18        |
| <b>BAB IV PERANCANGAN DAN DESAIN VISUAL .....</b>                                                                                          | <b>19</b> |
| 4.1 Objek Penelitian .....                                                                                                                 | 19        |

|                                             |           |
|---------------------------------------------|-----------|
| 4.2 Konsep Dasar Perancangan .....          | 19        |
| 4.2.1 Judul .....                           | 19        |
| 4.2.2 Gaya Visual .....                     | 19        |
| 4.2.3 Gaya Tipografi.....                   | 20        |
| 4.2.4 Warna.....                            | 20        |
| 4.2.5 Media Perancangan.....                | 21        |
| 4.2.6 Layout.....                           | 22        |
| 4.3 Proses Perancangan .....                | 23        |
| 4.3.1 Brainstorming .....                   | 23        |
| 4.3.2 Observasi .....                       | 23        |
| 4.3.3 Konsep Konten Instagram .....         | 26        |
| 4.3.4 Pembuatan Draft Konten .....          | 28        |
| 4.4 Hasil Perancangan.....                  | 28        |
| 4.4.1 Konten Feeds dan Story Instagram..... | 28        |
| 4.4.2 Media Pendukung .....                 | 38        |
| 4.4.3 Hasil Publikasi Konten .....          | 41        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                  | <b>45</b> |
| 5.1 Simpulan.....                           | 45        |
| 5.2 Saran.....                              | 45        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                  | <b>47</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                       | <b>50</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 3. 1</b> Timeline Kegiatan Penelitian ..... | 11 |
| <b>Tabel 3. 2</b> Analisis metode SWOT .....         | 16 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 4. 1</b> Color Palete Feeds Instagram.....               | 21 |
| <b>Gambar 4. 2</b> Contoh Feeds Instagram.....                     | 21 |
| <b>Gambar 4. 3</b> Layout Feeds Instagram .....                    | 22 |
| <b>Gambar 4. 4</b> Bagan Proses Perancangan .....                  | 23 |
| <b>Gambar 4. 5</b> Jawaban Kuisisioner Obsevasi.....               | 25 |
| <b>Gambar 4. 6</b> Diagram Kuisisioner Observasi .....             | 25 |
| <b>Gambar 4. 7</b> Contoh Feeds Instagram Sumber: Pinterest.....   | 26 |
| <b>Gambar 4. 8</b> Feeds Instagram.....                            | 29 |
| <b>Gambar 4. 9</b> Desain Feeds Instagram.....                     | 29 |
| <b>Gambar 4. 10</b> Konten Feeds Instagram 1.....                  | 30 |
| <b>Gambar 4. 11</b> Caption Feeds Instagram 1 .....                | 30 |
| <b>Gambar 4. 12</b> Konten Feeds Instagram 1.....                  | 31 |
| <b>Gambar 4. 13</b> Caption Feeds Instagram 2.....                 | 31 |
| <b>Gambar 4. 14</b> Story Instagram .....                          | 32 |
| <b>Gambar 4. 15</b> Desain Story Instagram .....                   | 33 |
| <b>Gambar 4. 16</b> Desain T-Shirt Feeds Instagram .....           | 34 |
| <b>Gambar 4. 18</b> Editing Konten Video .....                     | 34 |
| <b>Gambar 4. 19</b> Editing Konten Video 2.....                    | 36 |
| <b>Gambar 4. 20</b> Editing Konten Video 3.....                    | 37 |
| <b>Gambar 4. 21</b> Editing Konten Video 4.....                    | 38 |
| <b>Gambar 4. 22</b> Desain Layout Buku Katalog .....               | 39 |
| <b>Gambar 4. 23</b> Desain Layout Buku Katalog 2.....              | 40 |
| <b>Gambar 4. 24</b> Scan QR Buku Katalog .....                     | 41 |
| <b>Gambar 4. 25</b> Akun Instagram @enlovers.....                  | 42 |
| <b>Gambar 4. 26</b> Perkembangan Akun Instagram @enlovers .....    | 43 |
| <b>Gambar 4. 27</b> Perkembangan Akun Instagram @enlovers__2 ..... | 44 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Lampiran 1</b> Draft Konten.....                                          | 50 |
| <b>Lampiran 2</b> Surat Kesepakatan Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 1 ..... | 55 |
| <b>Lampiran 3</b> Surat Kesepakatan Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 2.....  | 56 |
| <b>Lampiran 4</b> Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 1.....             | 57 |
| <b>Lampiran 5</b> Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 2.....             | 60 |
| <b>Lampiran 6</b> Dokumentasi Pameran.....                                   | 62 |
| <b>Lampiran 7</b> Lembar Perbaikan Ujian Tugas Akhir .....                   | 63 |