

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK ANGELUS TATTOO STUDIO UBUD

Ni Luh Deya Pradnyanita¹, I Gusti Ngurah Wirawan²,
dan I Kadek Jayendra Dwi Putra³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kota
Denpasar, 80235.

[E-mail: nitadea274@gmail.com](mailto:nitadea274@gmail.com)

Abstrak

Sebagai studio tato yang baru buka, dan memutuskan untuk pindah ke lokasi baru, Angelus Tattoo Studio memiliki masalah utama pada bidang promosi. Proyek independen ini bertujuan untuk membantu Angelus Tattoo Studio yang belum memiliki media promosi yang mumpuni, agar selanjutnya memiliki media promosi yang dapat membantu Angelus Tattoo Studio dalam proses *branding* agar dikenal lebih banyak orang. Proses perancangan media promosi untuk Angelus Tattoo Studio ini, yang terdiri dari video promosi, *merchandise*, dan kartu nama, semuanya menggunakan konsep "*minimalism*" yang dimana bertujuan untuk menyesuaikan tema yang diutamakan oleh mitra di tempat yang baru yaitu "*neat and hygiene*". Hasil dari dilaksanakannya proyek independen ini untuk Angelus Tattoo Studio, mitra memiliki media promosi video yang ditayangkan berbayar di beberapa sosial media, *merchandise* yang dicetak terdiri dari *tattoo aftercare instruction card*, *tattoo aftercare balm*, dan *sticker* yang akan dijadikan satu *pack* dan diberikan kepada client yang datang serta telah membuat tato di studio, dan kartu nama yang akan dicetak dengan konsep yang sama dengan media yang lainnya. Seluruh media promosi tersebut diharapkan siap mengikuti pasar tato di lokasi yang baru dan menarik perhatian audiens untuk datang.

Kata Kunci: media promosi, *neat and hygiene*, *minimalism*.

Abstract

As a tattoo studio that has just opened, and decided to move to a new location, Angelus Tattoo Studio has a major problem in the area of promotion. This independent project aims to help Angelus Tattoo Studio, which does not yet have adequate promotional media, so that it can then have promotional media that can help Angelus Tattoo Studio in the branding process so that it is known to more people. The promotional media design process for Angelus Tattoo Studio, which consists of promotional videos, merchandise and business cards, all use the concept of "minimalism" which aims to adapt the theme prioritized by partners in the new location, namely "neat and hygiene". As a result of implementing this independent project for Angelus Tattoo Studio, partners have video promotional media which is shown for a fee on several social media, printed merchandise consisting of tattoo aftercare instruction cards, tattoo aftercare balm, and stickers which will be made into a pack and given to clients who come and have tattoos made in the studio, and business cards will be printed with the same concept as other media. It is hoped that all promotional media will be ready to follow the tattoo market in new locations and attract the attention of the audience to come.

Keywords: promotional media, neat and hygiene, minimalism.

PENDAHULUAN

Studio Tato berasal dari dua kata yaitu studio dan tato. Studio merupakan tempat yang digunakan sebagai fasilitas untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Studio terdiri dari beberapa jenis tergantung digunakan sebagai tempat menyelesaikan pekerjaan apa, seperti membuat foto, film, acara TV, kartun, gambar ataupun musik. Kemudian tato mempunyai istilah yang hampir sama digunakan berbagai belahan dunia. Beberapa diantaranya adalah *tatoage*, *tatouage*, *tatowier*, *tatuaggio*, *tatuar*, *tatuaje*, *tattoos*, *tattueringar*, *tatuagens*, *tatoveringer*, *tattoos*, dan *tatu*. Tato merupakan salah satu jenis *body painting* yang bersifat permanen, *body painting* adalah salah satu dari kegiatan menggambar pada kulit tubuh. Namun bedanya tato merupakan *body painting* yang dibuat menggunakan jarum atau benda dipertajam yang terbuat dari bahan flora, dan kemudian dicelupkan pada tinta lalu dilukiskan pada permukaan kulit tubuh. Fakta yang tidak banyak orang tahu bahwa ternyata tato tertua berasal dari negara kita sendiri yaitu dari Suku Mentawai, Sumatra Barat sejak tahun 1.500 – 500 Sebelum Masehi yang disebut dengan “titi” atau “seni rajah”. Maka dari itu Studio Tato berarti tempat dimana para seniman tato (*tattoo artist*) bekerja atau menciptakan karya. Spesifiknya studio tato yang akan dibahas dalam laporan ini adalah salah satu studio tato yang baru beberapa bulan buka di wilayah Canggü, Badung Bali dan kemudian pindah ke wilayah Ubud, Gianyar yaitu Angelus Tattoo Studio. Mengingat situasi bahwa Angelus Tattoo Studio merupakan salah satu studio tato yang baru saja melakukan *Grand Opening* dalam waktu beberapa bulan lalu pindah ke tempat yang baru dengan situasi belum memiliki media promosi yang memadai, tentu studio ini akan sangat membutuhkan kegiatan promosi yang didukung dengan beberapa media promosi. Hal tersebut menjadi alasan penulis memilih Angelus Tattoo Studio sebagai mitra Proyek Studi Independen, selain dikarenakan Angelus Tattoo Studio baru saja buka dan membutuhkan banyak media promosi, penulis juga memiliki ketertarikan pada bidang tato. Media promosi merupakan sesuatu yang dapat membantu proses pemasaran yang bertujuan untuk mengenalkan barang/jasa kepada calon konsumen, serta menarik perhatian mereka agar membeli barang/jasa yang ditawarkan. Fungsi promosi ada tiga diantaranya, ada *Informing* (memberikan informasi), *Persuading* (membujuk), *Reminding* (mengingat). Media Promosi dapat berbentuk barang ataupun digital melalui media internet. Kemudian proses pembuatan

media promosi yang dibutuhkan oleh Angelus Tattoo Studio kali ini baik berupa barang ataupun digital akan dibantu oleh pihak penulis dan ditulis dalam laporan ini dengan judul “Perancangan Media Promosi untuk Angelus Tattoo Studio Ubud”. Hal tersebut tentu akan sekaligus memberikan ruang untuk belajar (Studi Independen) bagi penulis di Semester 7 dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual yang saat ini sedang menjalani Program MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka).

MBKM merupakan bentuk kebijakan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. Dilihat dari perubahan sosial budaya, dunia kerja, dan kemajuan teknologi yang begitu pesat, perguruan tinggi memang perlu mempersiapkan mahasiswa untuk memiliki kompetensi sesuai dengan kebutuhan zaman. Dalam Kebijakan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka, perguruan tinggi dirancang untuk dilaksanakannya proses pembelajaran yang inovatif untuk mencapai pembelajaran yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang optimal (Dirjen Dikti, 2020:2).

Penulis harus menempuh salah satu dari tujuh program MBKM sesuai dengan minat mahasiswa itu sendiri. Dalam laporan ini, Studi/Proyek Independen merupakan salah satu kegiatan program MBKM yang dipilih oleh penulis. Melalui studi independen, penulis berkesempatan untuk mengembangkan diri melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan, namun tetap menjadi bagian dari perkuliahan. Program ini berguna untuk memperlengkapi diri mahasiswa dengan menguasai kompetensi spesifik dan praktis yang juga dicari oleh dunia usaha industri. Seperti penulis sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang berkesempatan menjadi desainer dalam kegiatan Studi/Proyek Independen kali ini.

Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah ilmu yang mempelajari cara menyampaikan pesan dengan menggunakan elemen visual seperti gambar, teks, dan grafik. Sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual, perusahaan yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk studi independen atau bisa disebut mitra yaitu seperti perusahaan ataupun instansi yang bergerak di luar bidang kreatif dan desain. Angelus Tattoo Studio, yang berlokasi di Jalan Sri Wedari, Ubud, Kec. Ubud, Kab. Gianyar, Bali 80571 adalah tempat pelaksanaan kegiatan Studi/Proyek Independen pada program MBKM penulis.

METODE

Sebelum merancang media, penulis menerapkan beberapa metode untuk mengumpulkan informasi yang akan digunakan untuk menunjang pembuatan media nantinya, metode-metode tersebut yaitu observasi, wawancara, kepustakaan, dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi juga bisa dibidang mengamati suatu objek baik secara langsung ataupun tidak langsung. Sanapiah (1980) mengklarifikasikan observasi menjadi observasi partisipan (*participant observation*), observasi yang secara terang-terangan dan tersamar (*over observation* dan *covert observation*) dan observasi tidak terstruktur (*unstructured observation*).

a. Observasi Partisipan

Merupakan observasi yang dimana orang yang melakukan pengamatan secara langsung ikut terlibat dalam kegiatan objek yang diamati atau diobservasi (Yakin, 2023).

b. Observasi Terus Terang atau Tersamar

Dalam observasi ini pengamat dalam melakukan observasi menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa sedang dilakukannya observasi. Jadi, sumber data sudah mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas pengamat. Tetapi, dalam suatu saat pengamat juga tidak terus terang atau tersamar untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan (Yakin, 2023).

c. Observasi Tidak Terstruktur

Merupakan observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi. Hal ini dilakukan karena pengamat tidak tahu secara pasti tentang apa yang akan diamati.

Dari uraian diatas, observasi yang penulis lakukan dalam mengumpulkan informasi untuk pembuatan media-media adalah observasi partisipan, karena dalam mencari informasi penulis tetap berkomunikasi dengan pihak mitra secara langsung serta juga melihat langsung kondisi Angelus Tattoo Studio berproses dari lokasi awal hingga pindah ke lokasi yang saat ini. Pihak mitra yang dimaksud adalah Pande Putu Krsnanda selaku *owner* dan Ni Made Novia Angelita selaku *manager* dari Angelus Tattoo Studio. Adapun beberapa informasi yang berhasil diperoleh oleh penulis yaitu seperti; warna serta elemen desain Angelus Tattoo Studio pada

media-media yang digunakan saat masih di lokasi sebelumnya.

Warna yang digunakan pada media terdahulu seperti logo, *name card*, dan *Instagram feed* terdahulu dominan menggunakan warna hitam dan putih. Warna hitam merupakan warna utama yang juga merupakan warna identitas dari Angelus Tattoo Studio sebelumnya ketika masih di lokasi awal. Setelah pindah dan berdiri di lokasi yang baru, pihak Angelus Tattoo Studio ingin warna atau *color palette* yang menjadi identitas studio mereka diubah mengikuti kesan yang dimiliki dari lokasi yang sekarang yaitu Ubud. Ubud merupakan daerah yang identik dengan suasana tenang, aman, serta alamnya yang masih hijau sehingga dapat diambil beberapa warna penting yaitu *tanned leather*, *burlap*, *coconut flour*, *cinnamon stick*, dan *slate* yang dimana warna ini diambil dari mayoritas warna pada lingkungan di Ubud, *coffee shop*, awan, dan warna kulit manusia (media utama untuk tato) yang disimpulkan menjadi *natural color palette*.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah kegiatan komunikasi yang diadakan oleh dua orang untuk bertukar informasi melalui tanya jawab. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Esterberg (2002) yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus dipecahkan yang dalam laporan ini berkaitan dengan desain komunikasi visual. Menurut Esterberg (2002) terdapat beberapa macam wawancara, diantaranya: Wawancara terstruktur (*structured interview*), wawancara semi struktur (*semi structured interview*), wawancara tidak berstruktur (*unstructured interview*). Wawancara yang dilakukan penulis kepada mitra menggunakan wawancara semi struktur (*semi structured interview*), jenis wawancara ini sudah termasuk ke dalam kategori *in dept interview*, dimana pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Wawancara ini bertujuan untuk menemukan permasalahan lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancarai dimintai pendapat serta ide-idenya (Yakin, 2023). Pihak yang diwawancarai berjumlah dua orang yaitu Pande Putu Krsnanda selaku *owner* dan Ni Made Novia Angelita selaku *manager* dari Angelus Tattoo Studio. Dari wawancara yang dilangsungkan, didapatkan informasi seperti

keperluan atau kebutuhan mitra yang menjadi landasan dari perancangan proyek, kendala yang dihadapi mitra berkaitan dengan media terdahulu yang berbeda warna identitas dengan warna di lokasi yang baru. Keperluan mitra ada beberapa hal karena perpindahan lokasi dan pengubahan *color palette* tadi sehingga mitra membutuhkan media promosi video promosi, *merchandise*, dan *name card* yang baru dengan *tone* warna yang baru pula dari warna gelap hitam dan putih ke warna *natural*. Kendala yang dihadapi mitra ada dua yaitu karena Angelus Tattoo Studio merupakan studio yang baru berdiri sehingga masih sangat kurang media promosinya, ditambah Angelus Tattoo Studio juga tidak memiliki tenaga desainer atau editor sendiri serta proses perpindahan lokasi dan perubahan *color palette* studio yang menyebabkan studio harus membuat ulang media promosinya.

3. Kepustakaan

Kepustakaan adalah metode pengumpulan data melalui pustaka seperti buku, koran, majalah, ataupun jurnal yang relevan dengan objek yang dibahas. Penulis melakukan metode ini dengan mencari sumber referensi dari buku dan jurnal *online*. Salah satu kepustakaan yang digunakan penulis adalah sebuah buku berjudul Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan oleh Ricky W. Putra. Selain buku tersebut terdapat juga jurnal-jurnal online yang terkait dengan penulisan laporan berjudul “Perancangan Media Promosi untuk Angelus Tattoo Studio Ubud”.

4. Dokumentasi

Selain beberapa metode diatas, terdapat juga metode dokumentasi. Menurut Harnadi dkk. (2020) dokumentasi berasal dari kata dokumen yang berarti hal tertulis. Metode dokumentasi artinya cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode ini lebih mudah dibandingkan dengan metode pengumpulan data yang lain.

Hal diatas sejalan dengan pernyataan Sugiyono (2015) yaitu dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Contoh lain dari dokumen antara lain catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan, foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dikarenakan Angelus Tattoo Studio merupakan studio yang belum lama berdiri, tentu studio tidak memiliki banyak dokumen yang dapat menjadi sumber informasi untuk perancangan media promosi penulis. Namun ada beberapa informasi

penting untuk digunakan dalam perancangan media promosi oleh penulis yang didapatkan dari media terdahulu Angelus Tattoo Studio, yaitu video promosi dan poster grand opening discount Angelus Tattoo Studio sebelumnya. Dari video promosi dan juga poster lama tersebut penulis mendapat informasi bagaimana Angelus Tattoo Studio membuat media promosi sebelumnya dan apa yang harusnya penulis lakukan sekarang agar bisa mengubah media promosi studio menjadi lebih baik dan lebih menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Angelus Tattoo Studio

Angelus Tattoo Studio merupakan studio tato yang baru saja buka pada Agustus 2024 di wilayah Canggü, Badung Bali, dan atas dasar beberapa alasan kemudian memutuskan untuk berpindah lokasi ke daerah Ubud, Gianyar Bali pada Desember 2024. Angelus Tattoo Studio saat ini membuka jasa untuk pembuatan segala jenis gaya tato, namun demi mengikuti pasar tato di lokasi yang baru, Angelus lebih berfokus pada gaya *fineline*.

Video Promosi

Promotion video atau video promosi merupakan media promosi pertama yang akan dibuat oleh penulis untuk Angelus Tattoo Studio. Video promosi adalah salah satu strategi pemasaran dengan menggunakan tayangan singkat yang akan dipublikasikan berbayar ke beberapa media sosial untuk memberikan gambaran secara garis besar bagaimana sistem atau kualitas studio/usaha yang sedang dipromosikan, dengan tujuan menarik minat audiens yang menonton video agar datang dan membeli barang/jasa ke tempat yang sedang dipromosikan tersebut.

Merchandise

Merchandise merupakan salah satu media yang umum digunakan sebagai media promosi oleh perusahaan, dikutip dari jurnal dalam eprints.undip.ac.id oleh Muhammad Ikhwanuddin Muslim dan Drs. H. Mudiantono, M.Sc., Sujana mengartikan *merchandise* adalah produk-produk yang dijual pedagang eceran atau peritel dalam gerainya kepada konsumen. *Merchandise* menjadi salah satu unsur bauran pemasaran ritel (*retail marketing mix*). Selain itu, maksud dari *merchandise* adalah suatu produk yang digunakan perusahaan atau pelaku usaha dalam melakukan promosi dari barang/jasa yang sedang mereka jual dengan memberi *tag brand* pada produk yang dijadikan

merchandise, sehingga bagi mereka yang mendapatkan *merchandise* dari perusahaan tersebut, akan mudah teringat oleh perusahaan tersebut dan tersugesti untuk datang karena mereka menyimpan *merchandise* dengan nama perusahaan tersebut di rumah mereka masing-masing (*merchandise* tersebut menjadi sering mereka lihat secara tidak sengaja). Penulis memilih membuat *merchandise* untuk Angelus Tattoo Studio sudah jelas dikarenakan Angelus Tattoo Studio merupakan studio yang baru saja berdiri dan belum memiliki banyak media promosi, bahkan media promosi yang bahkan umum dimiliki oleh perusahaan-perusahaan seperti *merchandise*.

Kartu Nama

Name card/kartu nama adalah sebuah kartu/ kertas kecil yang berfungsi untuk menyampaikan informasi mengenai identitas individu atau perusahaan. Biasanya, kartu ini berisi nama, jabatan, nomor telepon, alamat email, dan informasi kontak lainnya. Kartu nama sering digunakan dalam konteks bisnis untuk memperkenalkan diri dan memudahkan pertukaran informasi kontak antara para profesional. Kartu nama pertama kali muncul pada abad ke-15 di Tiongkok, awalnya digunakan untuk undangan khusus. Di Eropa, kartu ini mulai dikenal pada abad ke-17 sebagai "kartu dagang" yang membantu pedagang memberitahukan lokasi mereka. Seiring waktu, kartu nama telah berevolusi menjadi alat penting dalam membangun jaringan profesional dan memperluas relasi bisnis.

KESIMPULAN

Pada intinya proyek independen perancangan media promosi untuk Angelus Tattoo Studio yang terdiri dari video promosi, *merchandise*, dan kartu nama dengan konsep *minimalism* ini bertujuan membantu Angelus Tattoo Studio untuk mempermudah proses *branding* mereka yang dimana merupakan studio tato yang baru berdiri dan belum terlalu dikenal banyak orang dan belum memiliki identitas desain sama sekali. *Output* dari proyek independen ini beberapa berupa media cetak dan ada juga media digital, untuk Angelus Tattoo Studio diharapkan media promosi ini dapat menarik lebih banyak tamu yang datang untuk membuat tato ataupun hanya sekedar berkonsultasi.

DAFTAR PUSTAKA

Fuadi, T. M. (2022, June). Konsep merdeka belajar-kampus merdeka (MBKM): Aplikasinya dalam pendidikan biologi. In *Prosiding Seminar Nasional*

Biologi, Teknologi dan Kependidikan (Vol. 9, No. 2, pp. 38-55).

Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi. (2020). *Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Belajar, 1*, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kemdikbud RI.

Maharsi, Indiria. *Ilustrasi*. Dwi-Quantum, 2016. Diakses pada 18 Desember 2024.

Melalui <https://sulkurl.com/fhT>

Sanapiah, F. (1980). *Sosiologi*. Bina Ilmu, Surabaya.

Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Penerbit Andi.