

PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA PROMOSI MEJA KERJA PHOTO BOOTH DI DENPASAR

Ni Kadek Putri Anandani¹, I Putu Dudyk Arya Putra², I Gede Jaya Putra³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali

e-mail: putrianandani41@gmail.com¹, putududyk@std-bali.ac.id², igedejayaputra@gmail.com³

INFORMASI ARTIKEL

Received : Oktober, 2022
Accepted : November, 2022
Publish online : Desember, 2022

A B S T R A C T

Nowdays, people love to capturing moment, and because of that now photo booth providers are growing to meet the market needs, such as Meja Kerja Photo Booth which providing free custom template design and presenting a new service, roaming photo booth packages. Despite having considerable opportunities and potential, Meja Kerja Photo Booth has challenges to introduce its services more broadly to the public. The purpose of this design to helps Meja Kerja Photo Booth to design effective media promotions and also re-optimizing the existing promotional media to increase branding value of Meja Kerja Photo Booth. It started with analyze the problems, collecting data and theories to find solutions and strategies for media promotion. To achive the goals, Meja Kerja Photo Booth needs media promotional such as Instagram Content, Promotional Videos, Booklets, Flyers, Vouchers, Pricelists, Merchandise, Frame paper Templates, Stationery, and Uniforms. The media is designed with concept obtained through the brainstorming, "Golden Memories" which using a contemporary modern and romantic visual style in each promotional media. With the new promotional media design, it is expected to improve the quality and increase the selling value of Meja Kerja Photo Booth.

Keywords : Meja Kerja, Photo booth, Media, Design

A B S T R A K

Melihat tingginya tingkat kegemaran masyarakat mengabadikan foto bersama, kini penyedia jasa *photo booth* semakin berkembang di pasaran, seperti salah satunya usaha penyedia *photo booth* yakni Meja Kerja Photo Booth yang memiliki keunikan dengan memberikan jasa gratis desain custom template serta menghadirkan layanan baru yaitu paket roaming *photo booth*. Meski memiliki peluang dan potensi yang cukup besar, Meja Kerja Photo Booth memiliki tantangan untuk memperkenalkan jasanya lebih luas lagi kepada masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, penulis membantu Meja Kerja Photo Booth dalam merancang media promosi yang tepat dan efektif serta mengoptimalkan kembali media promosi yang sudah ada agar menambah nilai branding Meja Kerja Photo Booth. Perancangan media diawali dengan identifikasi masalah, pengumpulan data serta teori penunjang yang dianalisa untuk mendapatkan solusi serta strategi dalam menciptakan media promosi. Berdasarkan hasil analisa, didapatkan bahwa media yang efektif untuk membantu promosi Meja Kerja *Photo booth* yakni Konten Instagram,

Video Promosi, Booklet, Flyer, Voucher, Pricelist, Merchandise, *Frame paper* Template, Stationery, serta Uniform. Media dirancang menggunakan konsep yang didapat melalui brainstorming yaitu *Golden Memories*, dengan menggunakan gaya visual *romantic* dan *contemporary modern* pada setiap media promosi. Dengan perancangan media promosi yang baru diharapkan mampu meningkatkan kualitas dan meningkatkan nilai jual dari Meja Kerja *Photo booth*.

Kata Kunci: Meja Kerja, *Photo booth*, Media, *Design*

PENDAHULUAN

Photo booth berasal dari kata *photo* (photography) yang berarti kegiatan mengambil gambar suatu objek, dan *booth* yang dapat berarti sebuah bilik atau stand / panggung. Secara umum *photo booth* memiliki arti sebuah tempat untuk mengambil gambar yang mana tempat tersebut dapat berupa bilik maupun stand atau panggung yang disediakan dimana pengunjung atau audiens berada tepat di stand yang telah disiapkan. *Stand* tersebut biasanya dihias dan didekorasi untuk menambah daya tarik.

Memasuki tahun 2018, *photo booth* mulai dipergunakan masyarakat secara umum di berbagai acara penting seperti acara pernikahan maupun acara pesta lainnya. Hal itu dikarenakan meningkatnya kegemaran masyarakat dalam mengabdikan foto di suatu kegiatan acara serta ketertarikan masyarakat terhadap *photo booth* karena keunikannya. Umumnya *photo booth* di dekorasi semenarik mungkin, serta menyediakan properti yang unik sehingga dapat membuat kegiatan swafoto tersebut semakin meriah dan menarik. *Photo booth* mampu mencetak hasil foto secara *on the spot* atau langsung di tempat, hasil foto atau *photo paper* yang sudah tercetak akan disisipkan pada kertas yang berisikan template desain yang disebut dengan *photo frame* nantinya hasil cetak tersebut akan diberikan kepada pengunjung acara sebagai *souvenir*. Melihat minat masyarakat yang semakin meningkat menjadikan jumlah usaha penyedia *photo booth* khususnya di Denpasar semakin bertambah, sehingga mengakibatkan “menjamurnya” usaha *souvenir photo booth* dan menimbulkan persaingan pasar. Seperti halnya penyedia layanan *photo booth* yakni Meja Kerja *Photo booth*. Meja Kerja *Photo Booth* didirikan sejak tahun 2018, yang berlokasi di Jl. Pendidikan III No.4, Sidakarya yang mana juga merupakan tempat tinggal pemilik usaha tersebut. Berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber yakni Ibu Weliya Riyanti Meja Kerja *Photo Booth* melayani jasa penyedia *souvenir* berupa *photo booth* untuk acara-acara seperti acara pernikahan, birthday party, wisuda, serta event lainnya.

Hasil dari jepretan dari *photo booth* dapat berupa *print-out* maupun *animated GIFs* atau video *boomerang*. Desain template *photo paper* maupun *photo frame* yang disediakan sangat beragam sehingga desain template dapat dipilih sesuai dengan keinginan *customer*. Meja Kerja *Photo Booth* memiliki keunikan yakni selain menyediakan layanan gratis desain template baik itu *photo paper* maupun *photo frame* baru yang sesuai dengan tema acara klien, diketahui pula bahwa Meja Kerja *Photo booth* menyediakan paket “Take Me Away” dimana fotografer berkeliling mencari tamu undangan atau partisipan yang ingin fotonya diabadikan sehingga kegiatan foto lebih fleksibel tanpa background foto. Meja Kerja *Photo Booth* melakukan kegiatan promosinya melalui media sosial Instagram, Facebook, serta promosi melalui mulut ke mulut. Meja Kerja *Photo Booth* memiliki tantangan dalam meraih posisinya di pasaran. Ditambah lagi dengan munculnya usaha pesaing dengan media promosi yang lebih baik, jika dibandingkan dengan Meja Kerja *Photo Booth*, menjadikan media promosi yang menarik dan efektif sangat dibutuhkan dalam menghadapi persaingan pasar saat ini. Berdasarkan permasalahan tersebut, optimalisasi media yang sudah ada serta penambahan media promosi baru yang dapat digunakan secara efektif dalam mempromosikan jasanya dirasa dapat membantu Meja Kerja *Photo Booth*. Dengan menyajikan informasi yang lebih komunikatif, informatif dan persuasif melalui nilai pesan dan visual yang baik, seperti salah satunya dengan mengikuti perkembangan media sosial melalui fitur-fitur yang tersedia saat ini, sebagai upaya dalam membantu kegiatan promosi agar lebih menarik dan dapat meningkatkan nilai *branding*, pengetahuan masyarakat maupun jumlah penjualan dari Meja Kerja *Photo Booth*, terutama di daerah Denpasar.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk melakukan perancangan media komunikasi visual sebagai sarana promosi Meja Kerja *Photo Booth*, yang mana perancangannya mengacu pada teori-teori desain serta kriteria-kriteria desain, guna menghasilkan media promosi

yang tepat, efektif, dan lebih menarik, sehingga dapat membantu Meja Kerja *Photo booth* lebih dikenal oleh masyarakat dan mampu menambah nilai profit bagi usaha tersebut.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuisioner.

1. Observasi

Data yang dikumpulkan penulis adalah dengan mengamati lokasi usaha Meja Kerja Photo Booth yang bertempat di Jalan Pendidikan III No.4, Sidakarya, Denpasar Selatan, Bali. Penulis melakukan pengumpulan data dengan penulisan langsung data yang dibutuhkan dalam penyusunan karya, serta mengabadikan setiap objek yang terdapat di lokasi dengan menggunakan dokumentasi kamera. Penulis mengamati media promosi yang dimiliki oleh Meja Kerja *Photo booth* berupa media sosial Instagram dan media *pricelist*.

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada Weliya Riyanti Dewi. selaku istri pemilik usaha Meja Kerja Photo Booth. Data yang dikumpulkan nantinya adalah berupa bagaimana cara memasarkan produk animasi. Wawancara ini juga bertujuan untuk mencari tahu informasi seputar layanan, target pasar, jalannya perusahaan, serta apa kendala yang dihadapi perusahaan.

3. Kuisioner

Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai pengetahuan masyarakat akan *photo booth*, pengetahuan masyarakat mengenai usaha Meja Kerja Photo Booth. Data di peroleh dengan menyebar kuisioner secara *online*. Data ini akan dijadikan sebagai data penunjang untuk mengetahui pengetahuan masyarakat akan usaha Meja Kerja *Photo booth*, menentukan jenis media promosi apa yang tepat serta jenis promo apa yang diminati masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Meja Kerja Photo Booth merupakan usaha penyedia layanan *photo booth* beserta hasil print yang bisa digunakan sebagai *souvenir* acara. Meja Kerja Photo Booth memiliki keunikan dimana perusahaan menyediakan servis gratis desain template desain kertas foto dan kertas *frame*. Meja Kerja Photo Booth sudah beroperasi sejak tahun 2018, namun hingga saat ini perusahaan masih belum mengalami perkembangan yang signifikan karena kurangnya perusahaan dalam berpromosi.

berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan perancangan media promosi Meja Kerja *Photo booth* baik mengoptimalkan media yang sudah ada maupun menambah media promosi baru yang relevan dan sesuai. Sehingga melalui perancangan media promosi tersebut, diharapkan dapat membantu Meja Kerja Photo Booth lebih dikenal di masyarakat dan dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Analisa SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam sebuah spekulasi bisnis [1]. Analisis ini dapat membantu bagaimana penyusunan strategi yang baik dalam menjalani suatu organisasi maupun bisnis suatu perusahaan.

Melalui analisis SWOT, organisasi atau perusahaan dapat terbantu untuk mengidentifikasi bagian-bagian penting yang mungkin diabaikan sehingga dapat poin-poin tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Berikut analisa SWOT yang penulis lakukan pada Meja Kerja Photo Booth:

1. Strength (Kekuatan)

- a. Menyediakan beragam desain serta *custom template* sehingga *customer* lebih leluasa dalam memilih *template* yang diinginkan.
- b. Untuk seukuran perusahaan Meja Kerja *Photo booth*, peralatan yang digunakan sudah memadai, dengan menggunakan mesin cetak seri Kodak 605, kamera *full frame*, *lighting studio*, serta layar *touch screen* sehingga audiens lebih leluasa dalam mengambil foto.
- c. Bebas desain layout foto dan photo frame.
- d. Menyediakan paket berupa *roaming photo booth*.

2. Weakness (Kelemahan)

- a. Pemanfaatan media promosi yang masih minim dan kurang meskipun Meja Kerja Photo Booth sudah lama terbentuk.
- b. Tidak memiliki kantor usaha, sehingga benar-benar harus memaksimalkan

kegiatan promosi melalui sosial media serta media-media yang dapat digunakan sebagai sarana promosi.

- c. Perusahaan yang kurang memperhatikan estetika.

3. Opportunity (Peluang)

- a. Melihat *Photo booth* yang saat ini masih menjadi trend di kalangan masyarakat menjadikan peluang bagi Meja Kerja Photo Booth.
- b. Masyarakat yang memiliki minat terhadap *souvenir* yang *up to date*, dan sedang menjadi trend.
- c. Penggunaan jaringan internet seperti sosial media yang mudah diakses siapa saja dan dimana saja memudahkan masyarakat menemukan informasi mengenai Meja Kerja Photo Booth.
- d. Masyarakat saat ini gemar mengabadikan dan menyebarkan momen baik melalui foto maupun video ketika menghadiri suatu acara penting.

4. Threat (Ancaman)

- a. Saat ini banyaknya pesaing dalam bisnis *Photo booth*.
- b. Pesaing serupa yang memiliki brand image yang sudah baik dan promosi yang baik.

Analisa VALS

VALS adalah metode analisa yang meninjau dari sudut pandang nilai (value), tingkah laku (attitude), dan gaya hidup (lifestyle) dari suatu target sasaran. Dalam praktik analisis VALS, analisa dilakukan dengan metode segmentasi pasar yang bersifat psychographic. Analisa VALS juga mudah diterapkan untuk memprediksi bagaimana kelakuan atau gaya membeli dari pelaku bisnis dan konsumen [2].

Berdasarkan kategori VALS yang dilansir dari <http://www.strategicbusinessinsights.com/vals/us-types.shtml> (diakses pada 14 April 2022, 23.00 WITA)[3], target segmentasi yang sesuai dengan Meja Kerja *Photo booth* termasuk dalam kategori *the experience* yang memiliki karakteristik gemar mengadaptasi trend, menyukai aktifitas fisik dan senang bersosialisasi, serta memiliki tingkat merespon yang tinggi terhadap unsur visual. Sehingga berdasarkan hal tersebut, dinilai cocok

dengan apa yang ditawarkan oleh Meja Kerja Photo Booth.

Target Segmentasi Pasar

1. Demografi

Dari segi demografi target pasar yang ingin dicapai adalah Target dengan usia yang berada pada rentang usia 24-32 tahun yang mana pada usia tersebut merupakan usia produktif serta umumnya usia yang mulai dapat memasuki fase berumah tangga.

2. Geografi

Secara geografis target utama dari media promosi ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal atau yang sedang berada di Denpasar. Namun tidak menutup kemungkinan kepada target sekunder yaitu dari luar area Denpasar.

3. Psikografi

Target pasar yang ingin dituju adalah senang bergaul, gemar bersosialisasi dengan orang lain dan memiliki kepribadian yang *up to date* dan mengikuti jaman, masyarakat yang *modern*, menerima inovasi baru akan suatu barang, produk atau jasa, dan gemar mencari kesenangan.

4. Behaviour

Dari segi behaviour yakni masyarakat yang suka atau memiliki keinginan menyelenggarakan acara yang meriah, serta ingin menggunakan *souvenir* yang unik pada acara yang mereka selenggarakan. Masyarakat yang memiliki kebiasaan menyimpan, menyebarkan maupun memamerkan suatu momen melalui foto atau video, serta masyarakat yang aktif menggunakan media sosial.

Strategi Media

Media utama dari perancangan ini adalah konten Instagram, video promosi, *booklet*, *voucher*, *pricelist*, *flyer*, *frame paper template*, *merchandise*, *stationery*, *uniform*.

Strategi Kreatif

a. Pesan

Pesan pada media promosi terdapat beberapa Bahasa komunikatif yang memiliki pesan ajakan atau persuasif berupa pengenalan jasa yang ditawarkan, informasi paket *photo booth* yang ditawarkan, informasi mengenai tempat usaha, kontak, maupun tata cara pemesanan, promo, serta testimoni atau contoh *event* yang sudah pernah dikerjakan.

b. Strategi Visual

Dalam menyampaikan pesan yang ada, penulis menggunakan strategi visual berupa ilustrasi fotografi serta penggunaan teknik videografi berupa dokumentasi acara, suasana. penggunaan elemen tipografi *script* untuk bagian *headline* yang memiliki penekanan atau tema tertentu, serta penggunaan huruf sans serif untuk bagian headline dan *body copy* guna memberikan tampilan teks yang jelas dan mudah terbaca dan huruf script untuk memberikan aksentuasi pembeda. penggunaan warna seperti warna coklat dan kuning keemasan untuk sebagai warna yang dapat memberikan aksentuasi atau *highlight* dalam desain, dan juga warna abu dan putih yang mampu memberikan kelegaan pandangan dan variasi warna.

c. Gaya Visual

Gaya visual dari media menerapkan karakteristik gaya *romantic*, seperti karakteristik gaya *romantic* yang memiliki emosi, dinamis, serta ekspresi divisualisasikan ke dalam desain dengan menerapkan elemen seperti bentuk maupun garis yang dinamis, serta penerapan visualisasi foto maupun video yang mencerminkan dan menampilkan ekspresi. Penulis juga memadukan gaya *contemporary design style* yang mana menerapkan *negative space* yang cukup, menerapkan efek gradasi serta efek *overlay shadow*.

d. Positioning

Dalam pembentukan *positioning*, iklan harus memusatkan perhatian kepada karakteristik atau fitur produk dan serta kelebihan apa yang diberikan suatu produk kepada konsumen. Dalam hal ini, Meja Kerja Photo Booth memiliki keunikan dapat *custom template* dan paket baru berupa *roaming photo booth*. Selain itu *photo booth* memiliki kesan ya

Konsep Desain

Terdapat beberapa kata kunci atau keyword diantaranya yakni "Momen, Elegan, Romantis, dan Clean". Dari 3 keyword tersebut penulis mendapatkan konsep yang sesuai dengan unsur atau karakteristik dari Meja Kerja Photo Booth yaitu "Golden Memories". Secara keseluruhan golden memories memiliki makna kenangan baik dan indah yang tetap diingat dan tak terlupakan. Konsep Golden Memories digunakan sebagai konsep dalam media promosi Meja Kerja Photo Booth, dimana mencerminkan kebahagiaan,

ingatan atau pencapaian yang baik dalam hidup, yang dirasakan konsumen disaat berlangsungnya momen kebahagiaan, dan terabadikan melalui *photo booth* dari Meja Kerja Photo Booth. Pemilihan konsep *Golden Memories* ini akan dijadikan konsep visualisasi desain dalam merancang media promosi Meja Kerja Photo Booth.

Dalam hal ini konsep akan divisualisasikan dengan garis yang dinamis, sebagai representasi dari sebuah aliran momen atau kenangan, dengan tampilan yang melengkung atau bergelombang. Penerapan warna gold yang disajikan dengan warna gradasi yang memberikan kesan yang mendalam, kesan yang optimis, serta menyimbolkan hal yang berharga. Warna solid coklat yang menyimbolkan suatu momen yang terjadi merupakan sebuah proses pendewasaan, momen hangat, serta memori yang tersimpan dan tetap diingat sepanjang masa. Warna gradasi putih dan abu sebagai visualisasi dari dasar ingatan. penerapan ilustrasi fotografi maupun video dengan tujuan meningkatkan mood serta makna konsep dengan memperlihatkan momen kebersamaan, dengan menerapkan temperature warm pada warna foto atau video. Menggunakan tipografi berjenis serif Allison untuk memberikan aksentuasi berbeda, dan font sans serif Futura untuk memberikan keterbacaan teks yang jelas. Penerapan layout yang memiliki *negative space* sebagai penyeimbang dengan elemen ilustrasi. Teks yang diterapkan berupa teks informatif layanan, serta kalimat persuasif untuk menambah daya tarik. Dalam visualisasi, penulis juga memasukkan informasi perusahaan, layanan, maupun fasilitas yang dimiliki, baik dalam bentuk foto maupun video.

Visualisasi Media

1. Konten Feed Instagram





Gambar 1. Konten Feed Instagram 1
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)



Gambar 3. Tampilan Konten Reels Instagram
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)



Gambar2. Tampilan Konten Feed Instagram
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)



Gambar 4. Tampilan Konten Reels Instagram
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)



2. Video Promosi



Gambar 5. Tampilan Video Promosi
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

5. Voucher



Gambar 8. Tampilan Voucher
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

3. Booklet



Gambar 6. Tampilan Booklet
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

6. Pricelist



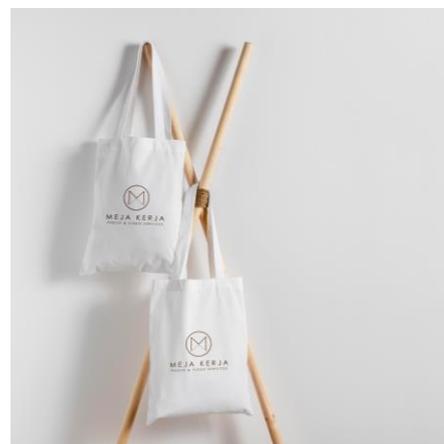
Gambar 9. Tampilan Desain Pricelist
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

4. Flyer



Gambar 7. Tampilan Flyer
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

7. Merchandise



Gambar 10. Tampilan Desain Totebag
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)



Gambar 11. Tampilan Desain Stiker
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

8. Stationery



Gambar 12. Tampilan Desain Business Card
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)



Gambar 13. Tampilan Desain Invoice
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)



Gambar 14. Tampilan Desain QR Code Sign
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

9. Frame paper Template



Gambar 15. Tampilan Desain Frame Paper Template
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

10. Uniform



Gambar 16. Tampilan Desain Uniform
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

KESIMPULAN

Setelah melalui proses brainstorming dari media promosi Meja Kerja Photo Booth maka ditemukan kata kunci berupa "Momen, Elegan, Romantis, dan *Clean*". Dari kata kunci tersebut kemudian disusun konsep berupa "*Golden Memories*". Konsep ini akan lebih mudah menyesuaikan keinginan target pasar yaitu dari kalangan masyarakat dengan usia 24 hingga 32 tahun yang merupakan usia produktif dan usia memasuki fase rumah tangga yang mana penggunaan *photo booth* sendiri biasa ditempatkan pada acara pernikahan, pesta, dan sebagainya.

Pemilihan media-media promosi dilakukan dengan melewati proses pengumpulan data, menentukan target pasar, analisa brainstorming. Melalui tahapan-tahapan tersebut, ditemukannya media promosi yang tepat untuk diterapkan serta diwujudkan sebagai media promosi Meja Kerja Photo Booth seperti Konten Instagram, Video promosi, *booklet*, *voucher*, *flyer*, *pricelist*, *merchandise*, *frame paper template*, *stationery*, dan *uniform*.

Penulis mengkomunikasikan kegiatan promosi usaha Meja Kerja *Photo booth* dengan membangun brand awareness yang positif melalui media yang memuat pesan bersifat *informatif* dan persuasif, serta penerapan strategi yang kreatif berdasarkan pilihan media yang efektif guna memperoleh solusi yakni dan membantu permasalahan promosi usaha Meja Kerja *Photo booth*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sarwono, Jonathan dan Lubis, Hary. 2007. Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Offset.
- [2] Fatimah, Dwi Nur'aini. 2020. Teknik Analisis SWSOT. Yogyakarta: Penerbit Anak Hebat Indonesia.
- [3] <http://www.strategicbusinessinsights.com/va-ls/ustypes/experiencers.shtml>, diakses pada 14 April 2022, pukul 23.00 WITA.