

ABSTRAK

“ PERANCANGAN BRAND CAMPAIGN BESERTA MEDIA PROMOSINYA UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS BAGI OBELIA TATO ”

Sering kali kita melihat orang - orang yang memiliki hiasan seperti gambar atau tulisan yang menempel pada tubuhnya. Hiasan tersebut disebut dengan tato atau juga disebut dengan rajah. Konon, tato berasal dari bahasa Tahiti yakni “tatau” yang berarti memasukkan zat berwarna ke dalam tubuh secara sengaja dengan menggunakan alat untuk berburu yang memiliki ujung runcing. Rajah atau tato pada kulit manusia dapat diartikan sebagai suatu bentuk modifikasi pada tubuh. Namun kini tato telah menjadi sebuah gaya hidup ditengah masyarakat dan masih sering menimbulkan stigma kurang baik. Pada tahun 2018, Obelia Tato lahir sebagai tindak geraknya untuk menyelesaikan stigma buruk agar bisa lebih banyak lagi orang dapat berekspresi melalui seni tato. Obelia Tato merupakan sebuah bisnis dalam bidang jasa pembuatan tato, dengan menggunakan teknik pembuatan handpoke, atau biasa disebut teknik manual tanpa mesin. Target market dari Obelia Tato sendiri merupakan remaja awal hingga dewasa akhir, berusia 18 hingga 25 tahun. Memiliki latar belakang pendidikan pelajar, mahasiswa, dan pekerja. Guna mencapai tujuan untuk mendapatkan awareness dari audiens, diperlukan sebuah aspek yang dapat memberikan pandangan baru terhadap tato. Brand Campaign yang digagas oleh Obelia Tato sebagai aspek menyampaikan sebuah brand dengan cara membuat sebuah kampanye bertajuk #MakeYourOwnMark, dimana dalam kampanye itu Obelia Tato akan menceritakan kisah - kisah dari kandidat yang telah dipilih. Kisah kisah yang diceritakan ini diharapkan dapat memberikan insight baru terhadap tato kepada audiens. Karena, tato tidak hanya selalu mengenai ukuran yang besar dan penuh. Penggunaan gaya desain dari kampanye ini adalah Minimalist. Selain itu, pentingnya memahami customer behaviour untuk menyesuaikan bagaimana menyusun strategi untuk menyadarkan dan mempengaruhi keputusan audience dalam menggunakan jasa pembuatan tato. Subyek dalam penelitian ini dengan metode campuran kuantitatif dan kualitatif yang didapat dari survey dan wawancara. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa brand campaign dapat menarik antusiasme anak muda yang ekspresif sesuai target pasar sehingga dapat menciptakan brand image yang positif terhadap Obelia Tato. Dukungan dari penggunaan media promosi yang disesuaikan dengan kebutuhan audience yaitu melalui media secara langsung maupun sosial media mempengaruhi keputusan audience untuk tertarik menggunakan jasa Obelia Tato.

Kata Kunci : Tato, *Brand, Brand Campaign, Brand Awareness, dan Customer Behavior.*