

# Perancangan Komunikasi Visual untuk Meningkatkan Awareness Piercer tentang Prosedur Tindik yang Aman

**Athina Anjelica Leung<sup>1</sup>, Maria Nala Damajanti,<sup>2</sup> Jacky Cahyadi<sup>3</sup>**

1. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,  
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email: [athina.leung@live.com](mailto:athina.leung@live.com), [mayadki@petra.ac.id](mailto:mayadki@petra.ac.id), [jacky.cahyadi@gmail.com](mailto:jacky.cahyadi@gmail.com)

## Abstrak

Perancangan ini adalah sebuah perancangan media komunikasi visual yang dikerjakan bekerja sama dengan sebuah organisasi *body art* yang bernama *Indonesian Subculture*. Media yang dirancang bertujuan untuk menjawab masalah yang ada di dunia *piercing* yaitu mengenai kurangnya media untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi ke komunitas *piercing* dan *body art* tentang praktek *piercing* yang aman untuk bisa memajukan standar profesionalitas para *piercer* dan meningkatkan keamanan untuk semua kalangan yang terlibat. Media yang dirancang utamanya adalah sebuah *website* dikarenakan perubahan yang sedang dijalani organisasi untuk mengikuti tren *digital*, dengan berbagai media pendukung seperti brosur dan *merchandise* untuk mempermudah transisi dan mengenalkan media *digital* ke komunitas yang dinaungi oleh organisasi.

**Kata kunci:** desain, *piercing*, *piercing safety*, *piercer*.

## Abstract

**Title:** *Visual Communication Design to Raise Piercers' Awareness on Safe Piercing Procedures*

*This journal is about designing a visual communication media that was made with the help and cooperation of a body art organisation in Indonesia called Indonesian Subculture. The aim of the designs and media is to answer the current problem in the world of piercing, which is that there is little to no media to get and spread information with for the whole piercing community and body art about safety piercing procedures and practices. The importance of this thing is to further the budding professionalism of piercers and to raise safety for all parties involved. The main media is a website, the reasoning being the change the organization is undergoing in light of the digital trend, and also includes various smaller medias such as brochures and merchandises to make transition easier and to introduce digital media to the community under the organisation's watch.*

**Keywords:** *design, piercing, piercing safety, piercer*

## Pendahuluan

Manusia sebagai makhluk yang kreatif selalu mengusahakan inovasi dalam usahanya untuk memberikan totalitas terhadap budaya maupun religi atau kepercayaan yang dianutnya. *Body piercing* atau yang lebih dikenal dengan sebutan tindik tubuh telah ada sejak jaman masyarakat kuno, baik sebagai bentuk atau simbol budaya maupun religi. Tindik tubuh sebagai simbol budaya maupun religi tersebar luas pada berbagai benua dan kesukuan di dunia. "Di Indonesia, tradisi tindik biasa dilakukan warga Suku Asmat di Kabupaten Merauke dan Suku Dani di Kabupaten Jayawijaya, Papua. Lelaki Asmat menusuki bagian hidung dengan batang kayu atau tulang belikat babi sebagai tanda telah memasuki

tahap kedewasaan. Suku Dayak di Kalimantan mengenal tradisi penandaan tubuh melalui tindik di daun telinga sejak abad ke-17. Tidak sembarangan orang bisa menindik diri, hanya pemimpin suku atau panglima perang." (Nurdiaman, 68)

Seiring dengan perkembangan jaman dan pengaruh globalisasi di Indonesia, fungsi dan pemaknaan tindik mulai bergeser dari hal yang tadinya dipercaya sebagai sesuatu yang sakral menjadi wujud dari seni maupun aktualisasi diri. Tindik telah menjadi bagian dari *fashion statement* yang banyak digemari oleh berbagai kalangan masyarakat di Indonesia, khususnya remaja. Seperti yang pernah diliput dalam sebuah situs saluran berita terkemuka di Indonesia, yaitu [news.liputan6.com](http://news.liputan6.com) pada tanggal 25 Januari 2003, mengenai berbagai cara ekspresi diri orang.

Menurut situs berita tersebut, tindik adalah salah satu cara ekspresi diri bagi beberapa orang yang ingin tampil beda. Alasan memiliki tindik diantaranya adalah meneruskan tradisi, agar terlihat keren, karena penasaran, maupun mengikuti tren semata.

Melalui liputan tersebut yang diadakan pada tahun 2003, maka dapat dipahami bahwa tren menindik tubuh tersebut telah ada sejak lama, paling tidak satu dekade yang lalu. Namun tren menindik tubuh masih tetap digemari oleh masyarakat hingga saat ini, khususnya oleh remaja. Seperti yang juga diliput dalam sebuah situs majalah pendidikan *online*, yaitu *mjeducation.co* pada tanggal 31 Mei 2012, bahwa :

“Banyak kaum remaja memakai anting dan giwang pada tubuh mereka, seperti di alis, hidung, lidah, dan banyak lagi. Praktik ini disebut dengan tindik tubuh. Banyak yang ingin mencobanya. Alasan? Membuat mereka keren di depan teman-teman sebaya dan merasakan kebanggaan serta kepuasan diri ketika dianggap berbeda oleh lingkungannya. Banyak orang menindik karena gaya yang sedang tren saat ini. Ada yang merasa dengan menindik akan melengkapi penampilan mereka sehingga merasa bahwa menindik dapat meningkatkan harga diri mereka. Tentu ini bermula dari top model, bintang sinetron dan musisi-musisi populer yang mereka kagumi. Ada yang merasa, dengan menindik akan meningkatkan kepercayaan diri dan lebih menarik lawan jenis.” (“Gaya” para. 1)

Untuk memperoleh data yang lebih aktual, penulis juga telah melakukan survei pada tanggal 1 Desember 2013 di sebuah event musik tahunan di Surabaya yang banyak dihadiri oleh kalangan remaja menengah bawah dan banyak diantara mereka yang menggemari tren menindik tubuh tersebut. Penulis menemukan bahwa menindik tubuh masih tetap menjadi tren hingga saat ini dan sebagian besar dari remaja tersebut mengakui bahwa mereka menindik tubuhnya karena mengikuti tren mode serta sebagai bentuk dari ekspresi diri dan aktualisasi diri. Namun sayangnya, terdapat sebuah fenomena dimana tren menindik tubuh tersebut tidak diimbangi dengan pengetahuan atau edukasi yang cukup mengenai prosedur dan perawatan tindik tubuh yang sehat. Padahal prosedur dan perawatan tindik yang kurang sehat dapat menimbulkan berbagai resiko medis, baik resiko jangka pendek maupun resiko pada jangka panjang.

Seperti yang diliput dalam majalah *Tempo* pada tanggal 16 Juli 2012, terdapat beberapa resiko medis yang dapat disebabkan oleh kurangnya edukasi pada baik penindik maupun yang ditindik. Menurut dokter I Made Cock Wirawan, dari Fakultas Kedokteran Universitas Udayana, Bali, yang dikutip oleh *Tempo*, tindakan memiliki dua jenis resiko medis, yakni penularan penyakit berbahaya yang ditularkan melalui

darah dan risiko akibat prosedur tindik meski telah menjalani prosedur yang benar.

“Adapun risiko medis yang terjadi, meskipun telah melakukan prosedur tindik yang steril, antara lain infeksi kronis, alergi pada kulit, abses atau bisul, peradangan atau kerusakan saraf, dan perdarahan. Infeksi di daerah tindikan umumnya terjadi karena perawatan luka tindik yang tidak benar. “Dalam jangka panjang, jika tidak dilakukan perawatan yang benar, infeksi pada daerah tindikan ini dapat menimbulkan kecacatan pada daerah tersebut,” kata Made. Menindik layak mendapat perhatian karena saat ini banyak orang, terutama anak muda, yang melakukannya. Meski begitu, menurut Made, bukan berarti seseorang tidak diperbolehkan menindik bagian tubuhnya. Hal itu sah-sah saja dilakukan, kata dia, asal memperhatikan beberapa prosedur sebelum menindik sehingga risiko medis dapat diminimalkan.” (Wirawan, para. 4)

Dengan demikian, maka dapat dipahami bahwa sangat penting adanya edukasi mengenai prosedur dan perawatan tindik yang sehat bagi para pelaku tindik, atau disebut juga *piercer*. Berdasarkan survei terhadap tempat-tempat tindik yang telah penulis lakukan, penulis juga menemukan bahwa sebagian besar tempat tindik di Surabaya masih belum sepenuhnya menjalankan prosedur serta perawatan tindik yang sehat dan belum memiliki pengetahuan tentang bagaimana membuat proses tindik menjadi aman. Masih banyak penindik yang menggunakan *piercing gun* yang tidak dapat disterilisasi untuk menindik tubuh, khususnya telinga. Selain itu juga banyak tempat penjual perhiasan yang membiarkan orang mencoba perhiasan seperti anting pada telinga yang masih belum sembuh benar atau masih berupa luka terbuka dan kemudian memajang kembali anting tersebut pada etalase untuk kemudian dapat dicoba oleh orang lain. Hal ini juga dapat menjadi salah satu media penularan penyakit atau virus melalui darah dan cairan tubuh. Media utama penyebaran informasi kesehatan adalah dengan *mouth to mouth*, alias hanya secara lisan. Belum ada buku yang membahas keamanan *piercing*, maupun peraturan pemerintah yang mengatur praktik *piercing*. Hal ini membuat rawannya misinformasi yang tersebar.

Adanya usaha dari sebuah lembaga *nonprofit*, *Indonesian Subculture*, untuk menyebarkan informasi kepada pelaku industri tidak diimbangi dengan media komunikasi yang efektif. Upaya meningkatkan dan pengetahuan dari pihak *Indonesian Subculture* diantaranya adalah dengan menyelenggarakan seminar, *workshop* atau penyuluhan di berbagai *event* dan lokasi di seluruh Indonesia. Sekali lagi sayangnya, setelah berhasil menumbuhkan kesadaran

atau minat pada masyarakat awam, tidak diimbangi dengan media atau informasi sebagai *follow up* kegiatan meningkatkan *awareness* tersebut.

Beberapa media yang sudah ada untuk *follow up* komunitas dan acara yang diselenggarakan diantaranya, keanggotaan, *website* dan laman di *facebook*, tetapi banyak artikel maupun laman yang susah diakses, dan tampilannya pun kurang dapat meyakinkan pembaca akan validitas informasi mereka. Dampaknya, orang-orang yang telah berhasil dijangkau dalam berbagai acara yang mereka selenggarakan, atau ingin mengembangkan praktik *piercing* mereka, berusaha bertanya langsung dengan mengirimkan email ke *admin website*. Sementara jumlah pengurus organisasi tersebut yang sedikit berarti tidak memungkinkan bagi mereka menjawab satu-satu semua pertanyaan yang masuk, padahal pertanyaan tersebut banyak yang mirip.

Berangkat dari fenomena tersebut, maka penulis menemukan bahwa sangat perlu adanya media yang mudah diakses dan mudah dipahami sebagai alat edukasi mengenai prosedur dan perawatan tindik yang sehat baik kepada *piercer* sebagai orang-orang yang memfasilitasi orang yang ingin memiliki tindik. Hal ini merupakan media *follow up* dari berbagai usaha meningkatkan *awareness* dan standarisasi yang telah dijalankan oleh *Indonesian Subculture*, serta mempermudah pengurus organisasi untuk menyampaikan informasi dan visi misi yang mereka miliki terhadap *audience* yang lebih luas seiring berkembangnya pasar dan komunitas/peminat *piercing* di Indonesia. Terlebih lagi karena tindik telah menjadi hal yang banyak dijumpai dalam masyarakat dan terlihat sebagai sesuatu yang kecil serta sepele, membuat orang menaruh perhatian yang minim terhadap kesehatan tindik. Hal ini diperlukan agar *piercer*, yang banyak berhubungan dengan orang yang ingin ditindik, lebih *aware* terhadap pentingnya prosedur dan perawatan tindik yang sehat untuk mencegah tindik menjadi sumber penyakit.

## Metode Penelitian

### Data Primer

Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data (Umi Narimawati, 114).

Data primer untuk perancangan ini didapat dari wawancara dengan narasumber yaitu sasaran perancangan dan profesional di dunia tindik di Surabaya, Yogyakarta dan Jakarta, dan juga dokter

sebagai narasumber dari sisi medis. Profesional yang disebut disini sebagai narasumber utama adalah ketua dan pengurus dari lembaga *Indonesian Subculture*, dan juga beberapa *piercer* yang ada di bawah naungan lembaga tersebut.

### Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 402). Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer. Data sekunder untuk perancangan ini bisa berasal dari berbagai karya literatur, artikel *online* maupun dari media tertulis, serta jurnal ilmiah yang mendukung tema perancangan.

Data disini didapatkan utamanya dari beberapa asosiasi *piercing* internasional serta buku setema '*Piercing Bible*' yang menjadi salah satu rujukan *piercer* di dunia.

### Batasan Lingkup Perancangan

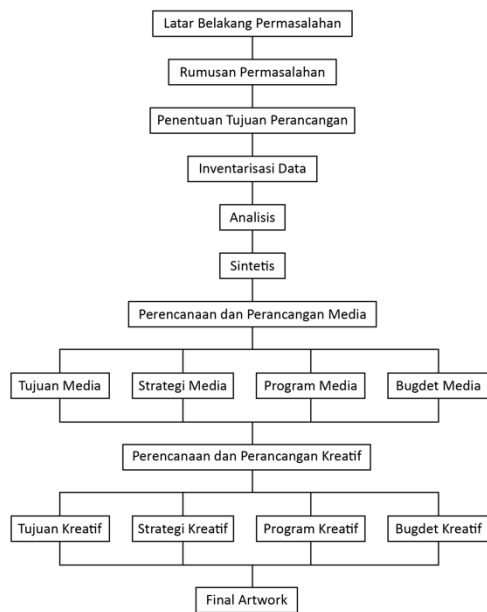
Obyek yang diteliti adalah prosedur tindik, aksesoris tindik dan perawatan tindik. Sasaran perancangan yang dituju adalah *piercer* di semua daerah di Indonesia yang memiliki toko tindik/*studio*, dan khususnya anggota *Indonesian Subculture*. Sasaran perancangan ini berasal dari kalangan menengah, jenis kelamin laki-laki. Usia antara 22-30 tahun.

Sasaran perancangan sekunder adalah masyarakat awam yang tertarik untuk tindik. Media dirancang agar mudah dipahami dan efektif dalam menyampaikan pesan. Media yang dirancang akan ditempatkan di *website* asosiasi tindik, *subculture*, dan tempat-tempat yang menawarkan jasa tindik maupun menjual aksesoris tindik. Informasi yang disampaikan dalam media komunikasi ini adalah jenis-jenis tindik, prosedur tindik yang aman, *aftercare* tindik, dan resiko tindik yang tidak mengikuti prosedur.

### Metode Analisa

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif bersifat subyektif, deskriptif, dan tidak matematis. Analisis dilakukan pada pengolahan data yang berupa kalimat atau uraian seperti literatur dan hasil wawancara. Hasil dari analisis ini bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran dari data yang ada.

Dalam perancangan ini data mengenai prosedur *pirsing* yang didapatkan dari berbagai wawancara dan literatur diolah untuk mendapatkan kesimpulan mengenai masalah yang ada di lapangan, keadaan yang bisa diubah dan media yang paling efektif digunakan.



**Gambar 1. Skematik Perancangan**

## Pembahasan

### Nama Organisasi

*Indonesian Subculture*, dengan subdivisi organisasi *Indonesian Professional Piercers*.

### Latar Belakang Sejarah Organisasi

*Indonesian Subculture* adalah sebuah organisasi yang berdiri pada tahun 2004, bergerak di bidang seni budaya rajah/tato dan tindik tubuh. Ia bertujuan untuk menghadapi berbagai macam masalah seiring dengan meningkatnya kekhawatiran masyarakat tentang kesehatan dan keamanan dalam industri tato/tindik Indonesia. Ketiadaan usaha spesifik dalam mengajarkan standar prosedur dan pengetahuan dasar bagi para pekerja seni tato/tindik mengenai hal pengendalian, pencegahan, hingga terjadinya peningkatan penyebaran penyakit, yang membuat industri ini menghadapi persoalan dalam bidang hukum dan kesehatan.

Menyadari butuhnya perubahan dalam hal tersebut, sebuah kelompok orang-orang profesional dalam bidang ini membentuk *Indonesian Subculture* sebagai aliansi pekerja seni rajah dan tindik tubuh profesional Indonesia (*Alliance of Indonesian Tattoo Art and Body Piercing*), sebagai organisasi profesi nirlaba yang menjadi wadah atau payung dari klub/asosiasi/kelompok/komunitas, perorangan/penikmat/ penggemar tato dan tindik di Indonesia, bukan sebagai organisasi tandingan melainkan lebih untuk menyatukan, merangkul dan menjalin

kerjasama yang saling mendukung serta memperkuat posisi tawar dalam Industri, Asosiasi atau Komunitas yang legalitasnya akan dan dapat disupport/bermitra dengan Pemerintah, serta dapat berafiliasi dengan organisasi terkait dalam skala internasional.

Peran *Indonesian Subculture* penting bagi pekerja seni tato/tindik, komunitas yang mereka layani, dan masyarakat luas. Selain peran dalam menaungi pekerja dalam industri ini, organisasi ini juga ingin mengedukasi pihak hukum dan masyarakat luas khususnya generasi muda tentang mitos dan kesalahan informasi dengan fakta yang telah diteliti.

Diharapkan pihak kesehatan dan pembuat aturan hukum dapat mengenal *Indonesian Subculture* sebagai profesional, etis, dan organisasi yang terotorisasi dalam industri tersebut. Melalui edukasi, kesadaran dan pendekatan yang aktif dalam menjelaskan kebenaran, mitos dan salah konsep dalam bidang tato/tindik. Testimoni kesuksesan organisasi dapat dilihat dari periklanan tato dan tindik di Indonesia. Pada akhir tahun 90-an, sangat sedikit studio yang mengetahui tentang sterilisasi autoclave, peralatan steril, sarung tangan steril, maupun jarum tato/tindik sekali pakai. Sekarang, ini semua mulai menjadi standar prosedur operasional dalam industri ini.

### Layanan yang Ditawarkan

Informasi *standard operating procedure* dan peraturan mengenai praktik *piercing* dan rajah tubuh untuk komunitas, pekerja dan orang dalam industri *piercing* serta penerapan standardisasi hal tersebut terhadap anggota dan pekerja yang dinaungi oleh organisasi.

Sistem keanggotaan bisa dibilang serupa dengan *'labour union'* atau serikat buruh dimana tugas organisasi adalah menjamin kesejahteraan anggota mereka, dalam hal ini memastikan praktik mereka sesuai dengan peraturan dan mendorong pertumbuhan maupun kemajuan *skill* mereka sebagai *piercer* dan praktisi *body art*.

Beberapa bentuk menjamin kesejahteraan ini diantaranya adalah: fungsi pengawasan terhadap anggota lama maupun anggota baru, fungsi pengawasan terhadap keanggotaan, penyuluhan anggota maupun masyarakat awam, menjembatani kerjasama antara komunitas, organisasi dan lembaga resmi, misalnya lembaga pemerintahan maupun institusi pendidikan.

### Company Positioning

Organisasi ini menaungi banyak *piercer* yang terdiri dari kelas menengah. Citra yang diangkat adalah tampilan garang tapi mengangkat nilai-nilai profesional dan formal. Hal ini untuk agar organisasi

mampu menempatkan diri dan diterima oleh anggotanya tetapi tetap dapat berdiri lebih tinggi dan dihormati sebagai perintis usaha standarisasi dan mengangkat profesionalisme kerja dalam industri *piercing*.

### Tinjauan Permasalahan

Menurut hasil riset di beberapa kota besar di pulau Jawa dan wawancara terhadap pengurus lembaga *non-profit* ISC (*Indonesian Subculture*), penulis menemukan bahwa masalah yang ada diantaranya meliputi kurangnya pengetahuan di kalangan penggiat tindak, maupun yang sudah menyediakan jasa tindak. Peran organisasi ini pun belum mampu mengatasi permasalahan tersebut karena belum memiliki media sebagai pusat informasi yang bisa diakses secara mudah.

Lebih jelasnya lagi, hasil wawancara menunjukkan bahwa *Indonesian Subculture* maupun IPP (*Indonesian Professional Piercers*) sebagai sebuah lembaga yang mewadahi penggiat *body art* dan mengusung visi praktik yang aman dan steril, kewalahan dalam menyediakan informasi yang up to date. Banyak yang merasa sudah memenuhi standar steril walaupun secara ilmu maupun kelengkapan sebenarnya masih jauh di bawah standar, karena sudah banyak yang berubah dari brosur informasi yang pernah mereka buat 10 tahun yang lalu. Pengetahuan tentang beda-beda jenis *piercing* dan lokasi yang sesuai, SOP, kode etik dan prosedur sterilisasi belum lengkap, dalam artian masih banyak *knowledge gap* di antara *piercer*.

Efek dari ketidaktahuan tersebut adalah praktek *piercing* yang tidak aman. Menurut salah seorang pengurus ISC, tidak aman dalam hal ini dimulai dari hal yang relatif kecil dan tidak permanen seperti waktu sembuh luka tindak yang lebih lama dari kewajaran, kemungkinan untuk mendapatkan infeksi, hingga *scarring* permanen pada bagian yang ditindik maupun penularan penyakit berbahaya baik dari bakteri maupun virus karena penggunaan alat-alat yang tidak steril.

Selain penanganan yang tidak tepat, penggunaan perhiasan pada tempat yang tidak seharusnya juga akan menimbulkan infeksi yang disebabkan oleh bentuk yang tidak sesuai dengan anatomi tubuh. Misal penggunaan *nostril screw* pada tindak bagian *tragus*. Resiko yang paling berat adalah dengan penanganan peralatan yang tidak sesuai, *piercing* dapat menjadi sarana penularan penyakit berbahaya seperti HIV dan hepatitis yang susah dilacak sumbernya.

### Analisa Sasaran Perancangan

Sasaran perancangan adalah *piercer* anggota *Indonesian Subculture*. Jenis kelamin laki-laki dengan

rentang usia 22-30 tahun. *Piercer* berasal dari kalangan menengah. Komunitas *piercing* adalah komunitas yang sangat rekat. Di sebuah organisasi besar banyak sekali anak komunitas kecil-kecil yang dibagi per kota dan wilayah. Hal ini berarti sasaran perancangan sangat menghargai pendapat/opini orang-orang dalam, dan terkadang lebih susah menerima orang baru.

Di sisi lain, ini berarti senioritas sangat terasa di dalam komunitas, yang berarti kata-kata senior atau ketua adalah paten dan mereka sangat respek pada senior dalam komunitas. Hal ini membantu perancangan media, dengan bekerjasama dengan ketua komunitas. Dengan komunitas sebagai corongnya yang mensosialisasikan hasil visual desain, isi informasi dan desain jauh lebih mudah dipercaya dan diterima oleh kalangan *piercer*.

### Analisa Masalah

#### Faktor Penghambat dan Pendukung

Faktor penghambat utama dalam menyelesaikan masalah ini adalah tidak cukupnya informasi pada *portal* informasi yang diterima, dipandang kredibel dan dikenal secara luas oleh kalangan penggiat maupun pekerja tindak dan pirsing. Hasil wawancara menunjukkan bahwa banyak dari mereka yang masih memiliki pikiran bahwa mereka seniman, sehingga kurang memahami keseluruhan sisi profesional/medis dari *piercing*.

Selain itu, mereka jarang sekali memanfaatkan socmed selain *facebook*. Sangat, sangat sedikit pelaku industri ini yang memiliki akun dan aktif dalam komunitas dunia maya misalnya *instagram*, *twitter*, dll. Karena seniman, mereka terbiasa bekerja sendiri-sendiri. Menurut wawancara dengan *chairman* ISC, beberapa pihak lain juga belum terbiasa dengan mencari informasi di era *digital* ini. Banyak materi mengenai ilmu dan standar tindak masih dalam bahasa Inggris, dan itupun masih susah didapatkan di Indonesia. Buku-buku literatur tersebut kebanyakan harus dipesan melalui internet dengan harga yang lumayan.

Di sisi lain, untungnya ISC sudah berdiri selama paling tidak satu dekade. Kebanyakan orang yang berminat pada *body art* sudah mendengar tentang ISC dan memiliki *pride* yang sangat besar sebagai anggota. Ada yang hanya mengaku bahwa mereka anggota yang memiliki prosedur steril tanpa benar-benar memahami standar yang dituntut. Tapi tentu ada juga yang sudah memiliki kesadaran lebih untuk terus meningkatkan kebersihan, keamanan dan profesionalisme studio tindak mereka. Kebanyakan dari grup terakhir ini adalah orang-orang yang sudah bekerja di industri ini selama lebih dari 5 tahun. Selain itu, dari mereka yang sudah berpengalaman,

pernah mempraktekkan ilmu yang didapat dari luar negeri dan telah disesuaikan dengan tubuh orang Indonesia, sehingga informasi yang dimiliki dapat tepat guna untuk masyarakat Indonesia, walaupun belum pernah dipublikasikan secara luas.

### Analisis Akar Masalah

What	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurangnya pengetahuan yang menimbulkan kesalahan praktik.</li> <li>- Tidak adanya informasi yang mudah diakses untuk mengatasi hal tersebut.</li> <li>- Informasi yang ada, sedikit dan <i>outdated</i>.</li> <li>- Resiko kesehatan dari kesalahan praktik, praktik tanpa kode etik, SOP.</li> </ul>
When	- Sejak praktik tindik mulai <i>booming</i> dari awal tahun '90-an
Where	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seluruh bagian Indonesia</li> <li>- Studio maupun mall yang menawarkan jasa tindik murah</li> </ul>
Why	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proses tindik dianggap remeh</li> <li>- Kurangnya informasi yang mudah diakses dan kredibel</li> </ul>
Who	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelaku tindik, <i>piercer</i></li> <li>- Pemilik toko perhiasan murah</li> </ul>
How	- Tren yang tidak diikuti pendidikan

Tabel 1. 5w + 1h analisis akar masalah

### Usulan Pemecahan Masalah

Membuat website sebagai akses sentral terhadap informasi tentang piercing, sebagai portal informasi dari lembaga dalam proses menyebarkan informasi yang berasal baik dari sumber luar (APP) maupun sumber yang sudah sesuai dengan realita di Indonesia (yaitu dari ketua IPP dan pengurus ISC) untuk dibuatkan *file* berupa brosur dan infografis yang bisa diunduh maupun dicetak dan disebarakan secara cuma-cuma.

### Konsep Perancangan

#### Tujuan Media

Tujuan media adalah untuk dapat mengkomunikasikan pesan dengan efektif pada sasaran perancangan. Pesan yang disampaikan adalah informasi mengenai tindik, dan standar keamanan profesional dan proses tindik itu sendiri.

### Pemilihan Media

Sebagai media utama adalah *website* yang akan menjadi portal mereka dan menjadi referensi para *piercer* mengenai informasi tindik dan lembaga ISC yang menaungi dan memkampanyekan praktik tindik yang baik, benar, aman dan sesuai kode etik dan standar medis. Sebagai konten penunjang adalah foto stok, *brosur* berisi informasi yang dapat diunduh, infografis yang dapat diunduh dan merchandise untuk target audience.

#### Tujuan Kreatif

Tampilan yang bersih dan ringkas memberi penekanan pada penyampaian informasi yang dibutuhkan dan ditujukan untuk sasaran perancangan.

Penyampaian dalam bentuk *online* sehingga mudah diakses semua kalangan khususnya sasaran perancangan kapanpun, dimanapun dan penyebaran informasi tidak dibatasi keterbatasan fisik media konvensional

#### Isi Pesan

Isi pesan media adalah profesionalitas memerlukan seseorang untuk terus menerus mengembangkan ilmu dan informasi dan menjunjung tinggi kode etik. Selain itu, isi pesan yang disampaikan juga meliputi seluk beluk proses tindik dari sebelum hingga proses *aftercare* dan juga informasi mengenai lembaga ISC dan peran mereka dalam mengkampanyekan tindik aman ini.

#### Bentuk Pesan

Pendekatan secara rasional dengan menggunakan fakta-fakta lapangan dan literatur yang sudah ada dengan sumber yang kredibel untuk menimbulkan rasa percaya dan mempersuasi pembaca.

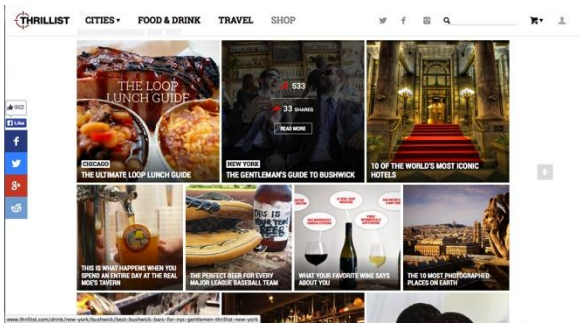
Informasi disampaikan dalam bentuk artikel, dan testimonial dalam perspektif profesional yang sudah lama bekerja dan sukses dalam bidangnya, dan mampu melewati berbagai tes standar setara medis.

#### Pengarahannya Visual

Gaya desain yang digunakan adalah *flat design*, dan Metro, yang sedang tren sejak *launching* UI Windows 8. *Flat design* mengutamakan tampilan yang bersih, tepat pada sasaran, tanpa perlu unsur-unsur dekoratif yang berlebihan. Informasi yang ada disajikan apa adanya, dan fitur-fitur hadir sesuai fungsi, tidak lebih. Tujuan *flat design* ini adalah mengedepankan pengalaman pengguna, sehingga hal-hal yang penting dapat langsung terlihat. Dalam *flat design*, elemen-elemen desain yang bersifat ornemental dan dekoratif tetapi tidak memiliki fungsi tertentu dihilangkan.

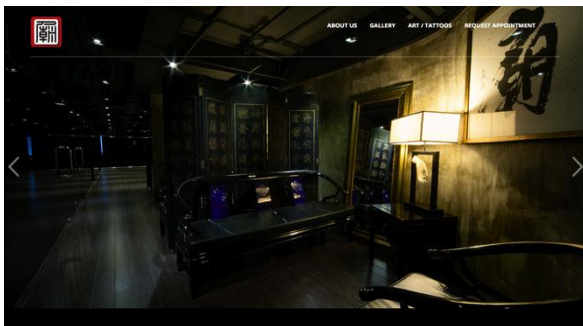
Hasilnya adalah sebuah desain yang bersih, minimalis, mudah dipahami dan tidak melelahkan dalam navigasinya.

Typeface yang digunakan sans serif, sejalan dengan desain yang minimalis dan bersih, tegas. Tone warna adalah warna monokromatik untuk memberikan kesan klasik dan formal, untuk mempertegas posisi ISC sebagai sebuah lembaga yang serius.



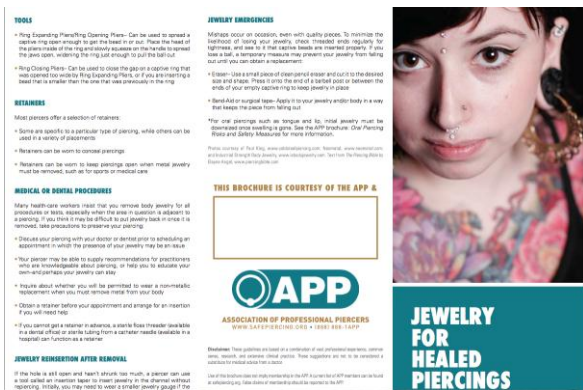
Sumber: www.thrillist.com

Gambar 2. Contoh website dengan flat design dan gaya Metro.



Sumber: tattooemple.hk

Gambar 3. Contoh website body art



Gambar 4. Contoh brosur milik organisasi setara di luar negeri

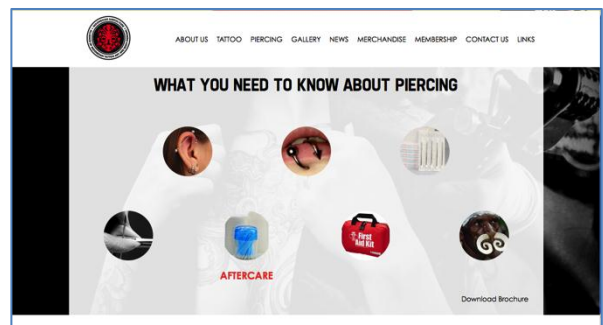
Penjaringan Ide Visual

Proses ide dimulai dari big idea dan what to say yaitu prosedur tindak yang aman dan profesional, dan

menentukan tone maupun style. Dalam hal ini desain yang bersih untuk mencerminkan image profesional. Tone dan unsur yang digunakan diusahakan untuk tidak terlalu jauh dari logo maupun image yang sudah ada pada organisasi agar mudah diterima oleh sasaran. Beberapa unsur yang digunakan dan dianggap lekat dengan piercing adalah piercing gun, masker, sarung tangan latex sekali pakai.



Gambar 5. Final desain website Indonesian Subculture



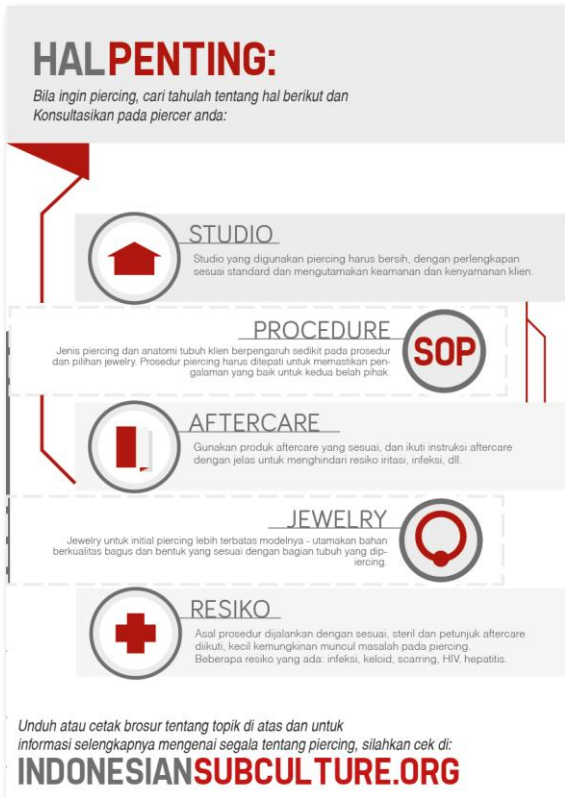
Gambar 6. Final submenu website

Website sebagai media utama dan portal informasi dimana media lain dapat diunduh dan disebarluaskan kepada anggota komunitas secara gratis. Penampilan website banyak menggunakan foto untuk kesan profesional. Warna yang digunakan minimal, dengan penekanan terhadap makna dalam visual yang digunakan.









**Gambar 11. Final infografis informatif**

Sama halnya dengan brosur, infografis adalah salah satu media sampingan untuk menyebarkan informasi dan dapat dicetak secara bebas maupun diunduh melalui website. Infografis ini memberikan gambaran secara umum mengenai dunia *body art*, khususnya piercing, orang-orang yang terlibat di dalamnya dan hal-hal terpenting yang perlu diketahui dalam praktik ini.



**Gambar 12. Simbol salah satu movement pertama piercer**

Simbol dan quote ini merupakan salah satu quote khas saat *piercer* masuk ke dunia profesional. Kata-kata ini

di redesain dalam sebuah simbol yang mudah dipahami dengan tambahan siluet visual di dalamnya. Simbol ini dapat digunakan di berbagai media visual dan *merchandise* yang diproduksi.



**Gambar**

**13. Contoh aplikasi simbol dengan bordir**



**Gambar 14. Aplikasi stiker pada mobil**



Gambar 15. Aplikasi stiker simbol pada helm



Gambar 17. Redesain kaos *merchandise* komunitas



Gambar 16. Redesain kaos membership komunitas

Salah satu media yang digunakan adalah kaos komunitas yang digunakan anggota setiap kali ada acara yang diadakan oleh berbagai komunitas *body art* di penjuru Indonesia. Salah satu alasan media ini efektif adalah karena desain yang simpel dan ciri khas *pride* anggota, sehingga mereka akan mengenakan berbagai simbol dan *merchandise* komunitas untuk menunjukkan bahwa mereka adalah bagian dari *movement* atau dunia ini.

## Kesimpulan

Tren mengenakan tindik atau *piercing* tidak dapat dielakkan, sedang marak di kalangan muda. Dan seiring dengan itu banyak juga yang berkeinginan bekerja di bidang baru ini, sayangnya belum ada fasilitas *training* maupun regulasi yang mengatur pekerjaan ini. Peran organisasi *Indonesian Subculture* tidak dapat disepelekan karena ia lah satu-satunya yang terdepan dan paling mendekati dalam hal menetapkan standar keamanan dan regulasi dalam dunia *body art*. Dengan perancangan ini, setidaknya membantu organisasi *Indonesian Subculture* untuk maju beberapa langkah dalam mengembangkan industri ini menjadi lebih maju dan lebih aman. Potensi industri ini sangat besar dan bila tidak dijaga dengan hati-hati, besar sekali resiko dan dampak yang bisa terjadi.

*Website* dan media visual yang dirancang mengajak *piercer* dan para pekerja industri untuk tetap *update* dan juga memberi kesempatan pada organisasi untuk memiliki *website official* dan sebuah jembatan untuk menjangkau para memernya, apalagi dengan terus bertambahnya jumlah member, dari yang hanya beberapa ratus orang 10 tahun yang lalu hingga sekarang menjangkau hampir semua kota di Indonesia.

Walaupun komunitas ini belum banyak memanfaatkan *social media* untuk berkomunikasi, diharapkan dengan adanya media *online* dan *digital* ini mereka dapat mengandalkannya dalam menyampaikan dan berbagi informasi dan pengetahuan. Desain media selain *website* (kaos, badge, dll.) diharapkan dapat menjadi media tambahan dan inspirasi mengembangkan kampanye mereka dalam mensosialisasikan *safe piercing*.

Perancangan *website* ini telah mendapatkan sambutan baik dari jajaran pengurus dan senior, karena dapat membantu anggota baik senior maupun anggota baru yang ingin tahu dan belajar terus mengenai *piercing*. Sebelumnya mereka harus mencari sendiri informasi dari internet, memilah, menyaring dan menerjemahkan dari bahasa inggris sesuai kemampuan mereka. Dengan adanya *website*, brosur dan infografis, mempermudah mencari informasi yang sedang dibutuhkan. Diharapkan dari perancangan ini, media dapat terus digunakan selama tahun-tahun kedepan.

Dalam prosesnya perancangannya, upaya perancangan ini telah diterima dengan baik oleh ketua dan pengurus organisasi *Indonesian Subculture*, dengan adanya tawaran untuk mengadakan *soft launching* dan *grand launching* website untuk anggota komunitas. *Grand launching* website akan diadakan bertepatan dengan perayaan *anniversary* ke-10 organisasi di bulan Agustus, dan upaya mulai menggunakan *database* dan pendataan maupun pendisiplinan terhadap para *piercer* sudah dimulai sejak *website soft launching*, yaitu pada tanggal 1 Juni 2014.

*Website* dan media sekunder ini dapat dikembangkan lebih lanjut baik dari konten dan visualisasinya agar dapat mengakomodasi lebih banyak orang. Untuk mengajak dan meningkatkan kualitas pengetahuan *piercing* tidak cukup hanya 2-3 bulan saja, melainkan sebuah perjuangan seumur hidup karena ilmu-ilmu baru dan teknik baru maupun bentuk seni baru akan terus berkembang. Oleh karena itu media yang ada didesain untuk mudah diadaptasi dalam jangka panjangnya.

### Saran

Sebuah perancangan media komunikasi visual yang baik harus dapat mencapai tujuannya dan dapat menjadi solusi bagi masalah atau realita lapangan. Oleh karena itu dibutuhkan persiapan panjang, riset menyeluruh, analisa permasalahan mendalam dan kerjasama dengan pihak-pihak yang berkepentingan sehingga eksekusi karya dapat menjadi yang terbaik dan paling sesuai dalam mengatasi permasalahan yang ada. Menentukan pesan dan cara menyampaikan pesan penting agar pesan dapat sampai tepat sasaran.

Untuk pengembangan media ke depannya, dapat diusahakan migrasi ke *social media* untuk tingkat integrasi komunikasi yang lebih tinggi. Akan tetapi hal ini tetap harus menunggu sasaran perancangan sama siapnya dalam menghadapi perubahan dan kemajuan dalam bidang kerja mereka. Selain itu, perlu adanya jadwal atau *timeline* antara semua acara dan usaha kampanye dengan organisasi yang bekerjasama, agar meningkatkan kualitas dan pesan kampanye baik secara fisik maupun *digital*.

Pengembangan juga bisa dilakukan dengan mulai menggandeng *media partner* untuk meliput dan meningkatkan *exposure* maupun pengaruh organisasi dalam usahanya untuk meregulasi dan menaungi industri *body art* di Indonesia yang masih relatif muda.

### Ucapan Terima Kasih

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Kuasa yang selalu membimbing dan memberikan kekuatan selama pengerjaan Tugas Akhir ini dari awal hingga selesai.
2. Orang tua yang selalu memberikan dukungan moral maupun material dan selalu pengertian selama kuliah hingga tugas akhir selesai.
3. Bapak Aristarchus P., BA, MA selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra.
4. Ibu Maria Nala Damajanti, S.Sn, M.Hum selaku dosen pembimbing pertama dan Bapak Jacky Cahyadi, S.Sn selaku dosen pembimbing kedua yang membimbing, mendukung dan memberikan saran kritik selama penyusunan Tugas Akhir.
5. Bapak Deddi Duto, S.Sn, M.Si selaku ketua tim penguji dan Ibu Elisabeth Christine Yuwono, S.Sn, selaku anggota tim penguji yang telah memberikan masukan dan kritik dalam sidang.
6. Ucha E. Pangaribuan 'Cyberborg' selaku ketua *Indonesian Subculture* yang telah memberikan ijin kerjasama dan bantuannya dalam pengerjaan media tugas akhir, serta perannya dalam mengkampanyekan *piercing* yang aman.
7. Tim "US-Zero" Sam Kevin, Rama, Jovian, Angel, Aditya, Desta, Kiddo, Renal, Emily, David, Levi, Erik, Indra, Dicky selaku teman-teman yang setia memberikan *support*, dukungan dan hiburan.
8. Dian Natalia selaku teman dan partner kerja selama di luar kota.
9. Komunitas *Indonesian Subculture* selaku pendukung yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan tugas akhirnya.
10. Rekan-rekan Studio Tigabelas, Pak Sonny dan Bu Pipiek atas bantuannya dan saran kritik selama pengerjaan tugas akhir.
11. Rekan-rekan mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra yang telah mendukung perancangan Tugas Akhir ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak atas bantuan yang telah diberikan. Penulis berharap laporan ini dapat berguna untuk para pembaca sekalian.

## Daftar Pustaka

Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2000.

“Gaya Gaul Tren Tindik”. *Majalah Pendidikan Online Indonesia*. (13 Mei 2013). 27 November 2013. <<http://mjeducation.com/gaya-gaul-tren-tindik/>>

Iqbal, Hasan. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.

“Kreasi Seni, Bukan Pemberontakan”. *Suara Karya Online*. (21 September 2008). 27 November 2013. <<http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=150125>>

Narimawati, Umi. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media, 2008.

Nilawati, Cheta. “Biar Tindik Tak Berbuah Penyakit”. *Tempo.co Gaya!*. (16 Juli 2012). 26 November 2013. <<http://www.tempo.co/read/news/2012/07/16/060417157/Biar-Tindik-Tak-Berbuah-Penyakit>>

Nurdiaman, Aa. *Pendidikan Kewarganegaraan: Kecakapan Berbangsa dan Bernegara*. Bandung: Grafindo Media Pratama, 2000.

“Resiko Tindik”. *Dokter Kita*. 27 November 2013. <<http://dokita.co/blog/resiko-tindik/>>

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.

“The Art of Body Piercing”. *The Origin Of*. (7 Mei 2007). 5 Desember 2013. <<http://www.theoriginof.com/the-art-of-body-piercing.html>>

Triyono, Heru. “Jangan Tunduk Pada Tindik”. *Tempo.co Gaya!*. (29 Oktober 2009). 5 Desember 2013. <[http://www.tempointeraktif.com/hg/kesehatan/2009/10/29/brk.20091029-205099\\_id.html](http://www.tempointeraktif.com/hg/kesehatan/2009/10/29/brk.20091029-205099_id.html)>