

BAB IV

PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi

Konsep komunikasi pada kampanye “Bijak Menggunakan Kartu Kredit di Kota Besar Jawa Barat” akan dirancang menggunakan bahasa Indonesia, agar lebih banyak dimengerti oleh semua kalangan, juga kalangan menengah. Pesan yang terdapat di dalamnya agar selalu berhati-hati dan waspada terhadap kredit, serta bisa memperoleh manfaat kartu kredit tanpa merugikan penggunanya. Kampanye ini juga disponsori oleh Bank Indonesia dan YLKI (Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen), serta gerakan Ayo Ke Bank.

1. Konsep Verbal

Konsep verbal dari kampanye ini adalah agar kita berhati-hati terhadap godaan penggunaan kartu kredit yang berlebihan yang akan mengakibatkan hutang sampai dengan berurusan dengan tindakan dan sanksi kriminal (*debt collector*, disita/dipenjara karena tidak bisa membayar hutang).

2. Konsep Visual

Konsep visual kampanye ini berupa fotografi yang memberikan kesan nyata dan serius untuk target wanita menengah usia 25-35 tahun. Tipografi yang digunakan melambangkan ketidakseimbangan (menggunakan tanda tanya dan tanda seru yang dimiringkan yang berwarna merah, serta kata-kata yang terdapat dalam visual juga diletakkan miring pertanda ketidakseimbangan pemasukan dan kredit pengeluaran). Layout yang dipakai dominan berwarna putih, dimaksudkan agar visualnya bisa fokus langsung menuju kepada permasalahan/akibat dari permasalahan. Elemen grafis yang dipakai menggunakan *outline* dari kartu kredit pada umumnya. Teknik-teknik tersebut dimaksudkan agar *target audience* mengerti dan terhibau agar selalu bijak menggunakan kartu kredit. Warna yang dipakai kuning dan merah tua. Kedua warna tersebut di lampu lalu lintas. Kuning dan merah pertanda hati-hati dan peringatan.

4.2 Konsep Kreatif

Konsep kreatif kampanye “Bijak Menggunakan Kartu Kredit di Kota Besar Jawa Barat” disusun berdasarkan konsep utama, yaitu “HATI-HATI”. Berdasarkan permasalahan yang muncul, banyak kasus kartu kredit dengan pengguna yang terlalu mudah mendapat kartu kredit dan menggunakannya tanpa pertimbangan ke depan tentang hutang yang menumpuk di kemudian hari. Slogan yang digunakan adalah “Waspada Kredit Melilit!”. Pesan yang ingin disampaikan penulis kepada media adalah agar selalu waspada dan berhati-hati dalam penggunaan kartu kredit serta memberi beberapa tips-tips penting dalam penggunaannya melalui poster yang sebagian besar berbicara tentang akibat berhutang.

1. Fotografi

Dalam kampanye ini digunakan teknik fotografi yang berbicara tentang akibat berhutang serta tips penggunaan kartu kredit. Teknik fotografi dimaksudkan agar berkesan nyata dan kasus ini memang realita yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, dan siapa saja dapat menjadi korbannya. Berdasarkan target dengan umur 25-35, teknik fotograafi adalah teknik yang paling cocok digunakan dari pada ilustrasi.

2. Elemen grafis

Elemen grafis berwarna kuning berupa siluet potongan kartu kredit pada umumnya.

3. Gaya Desain

Gaya desain yang ditampilkan berupa *background* putih agar berkesan fokus kepada permasalahan yang disorot, terdapat banyak ruang kosong bertujuan sama, agar objeknya bisa terlihat fokus. Terdapat 2 kalimat di setiap poster yang masing-masing menggunakan tanda Tanya dan tanda seru.

4. Tipografi

Tipografi dalam kampanye ini menggunakan jenis serif agar berkesan formal dan serius, karena mengangkat masalah yang serius juga. Jenis serif yang digunakan adalah Timeless. Gaya tipografi yang digunakan adalah terdiri dari dua kalimat, yang satu kalimat Tanya untuk menyadarkan, dan satu lagi adalah kalimat seru

untuk peringatan. Dengan tanda tanya dan tanda seru yang lebih besar dan lebih miring (pertanda ketidakseimbangan), serta berwarna merah

5. Warna

Warna yang digunakan dalam kampanye ini adalah warna merah tua (yang terdapat dalam logo) sebagai tanda waspada, dan juga warna kuning tua yang berarti “berhati-hati”.

4.3 Konsep Media

Konsep media “Waspada Kredit Melilit!” dalam kampanye “Bijak Menggunakan Kartu Kredit

Kota Besar Jawa Barat” menggunakan konsep media yang umum, dan bisa dilihat oleh banyak

orang dewasa di tempat umum dan fasilitas umum, diharapkan dapat menjadi *warning* ditempat

target audience biasa membelanjakan uangnya.

1. Logo

Logo adalah sebuah identitas utama yang berisi ringkasan dari semua maksud kampanye tersebut.

2. Poster

Dibuat sebagai media yang paling banyak dipakai dalam kampanye. Berisi visual fotografi, tag line peringatan dan logo-logo pendukung kampanye.

3. Banner gantung

Kalau penempatan poster yang tidak memungkinkan di mall, maka alternatif lainnya adalah dengan memakai banner gantung di langit-langit mall. Dalam benner di dalamnya terdapat logo, fotografi dan *tagline* yang bersifat peringatan supaya waspada, dan akibat-akibat memakai kartu kredit sembarangan.

4. Iklan majalah

Isinya sama seperti yang di banner gantung, yaitu fotografi, tagline, dan logo yang berisi peringatan agar waspada terhadap pemakaian kartu kredit dan contoh-contoh akibat dari korban kredit.

5. Tabloid

Sama seperti iklan di majalah, tapi berukuran lebih kecil

6. Brosur

Brosur berisi tentang tips-tips menggunakan kartu kredit yang baik dan juga informasi *event talkshow* yang akan diadakan sebanyak 4 kali dalam 1 bulan. Berbentuk seperti tas belanjaan. Brosur diberikan pada tahap akhir informing dan sepanjang tahap conditioning.

7. Iklan di website

Website sekarang sangat mudah diakses oleh siapa saja karena jangkauan internet yang luas. Iklan tentang kampanye ini muncul dalam website belanja online, seperti tokobagus.com blibli.com berniaga.com

8. Umbul-umbul

Berfungsi sama dengan banner gantung, yaitu ditempel di sisi pinggir .

9. X- Banner

X-Banner dimunculkan pada saat penyelenggaraan *event*, untuk mendukung promosi dan tampilan *event* tersebut.

10. Gimmick

Gimmick berupa shopping bag dan notes kecil yang diberikan pada saat event untuk para ibu muda yang memberikan testimonial keberhasilan melalui pengalaman buruk kartu kredit. Gimmick berupa mug dan kaos akan diberikan pada peserta yang datang ke event selama empat kali berturut-turut. Fungsi kesemuanya adalah sebagai pengingat, atau kenang-kenangan dari kampanye.

11. Ambient

Ambient pertama berupa stiker debt collector yang ditempelkan di kamar mandi, memantul di kaca. Menggambarkan seolah-olah para wanita yang sedang berkaca dibuntuti oleh *debt collector*. Ambient kedua berupa stiker berbentuk bunga-bunga yang menggambarkan bunga bank yang semakin besar. Ditempelkan di *lift*.

4.4 Timeline

	juli	agustus	september	oktober	november	desember
banner gantung						
iklan majalah						
brosur						
web						
x-banner						
umbul_umbul						
event						
gimmick						
ambience						
poster						

Tabel 4.4 Timeline

Kampanye berlangsung selama kurang lebih 6 bulan, dari bulan Juli-Desember, karena bulan Desember biasanya pusat perbelanjaan banyak menawarkan diskon akhir tahun, diharapkan pada saat itu masyarakat sudah dapat menyadarinya.

1.5 Hasil Karya

4.5. Logo



Gambar 4.3.1 Logo Kampanye

Logo yang digunakan dalam kampanye ini berupa stilasi *shopping bag* yang biasa digunakan wanita ketika berbelanja yang sekaligus digambarkan sebagai “kunci dan gembok”. Kunci menandakan keamanan dan penyimpanan yang baik. Berbicara mengenai pengeluaran uang, penulis memberi pesan kepada target agar bisa menyimpan dan menggunakan uang dengan baik, tahu kapan harus menyimpan uang dan mengeluarkannya bukan untuk pemborosan, karena belanja di mall yang menggunakan kartu kredit sebagian besar hanyalah kebutuhan tersier, bukan yang utama.

4.5.1 Tipografi Logo

Pada logo ini menggunakan jenis serif yaitu Timeless. Memberikan kesan formal dan serius.

Timeless

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

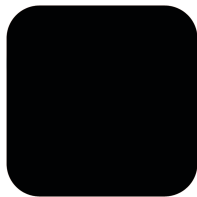
!@#\$%^&*()_+{}:;<>?[];',.,/

4.5.2 Warna Logo

Warna yang digunakan pada logo ini adalah merah hitam.. Merah adalah tanda peringatan dan bahaya, sedangkan hitam melambangkan kemewahan.



C : 0 R : 255
M : 99 G : 0
Y : 100 B : 0
K : 0



C : 75 R : 0
M : 68 G : 0
Y : 67 B : 0
K : 90

4.6 Elemen grafis

Elemen grafis yang digunakan berupa outline lengkung yang mencirikan bahwa kartu kredit pada umumnya (siluet).



Gambar 4.6 Elemen Grafis

Warna kuning tua digunakan pada elemen grafis. Warna kuning berarti peringatan agar hati-hati. Disini tidak digunakan banyak warna agar



C : 0 R : 254
M : 25 G : 194
Y : 90 B : 50
K : 0

terkesan formal.

4.7 Media

4.7.1 Poster

Poster ditempel di mall dan pusat perbelanjaan.

Ukuran: 42 cm x 59.4 cm

Material: kertas trisolve 260

4.7.1.1 Poster Teaser



Gambar 4.7.1.1 Berat?

Konsepnya: Membuat target penasaran, ada apa dengan kata “Berat?”

4.7.1.2 Poster Informing 1



Gambar 4.7.1.2 Timbangan

Konsep: Memberi tahu target agar mencari tahu seberapa berat beban kreditnya. Timbangan biasa dipakai wanita untuk mengukur berat badan.

4.7.1.3 Poster Informing 2



Gambar 4.7.1.3 Bunga bank tumbuh

Konsep: Menggambarkan bunga bank yang bertumbuh semakin besar.

4.7.1.4 Poster Informing 3



Gambar 4.7.1.4 Ulat-kepompong-kupu

Konsep: Menggambarkan bunga bank yang bertumbuh semakin besar.

4.7.1.5 Poster Conditioning 1



Gambar 4.7.1.5 Tahanan Kredit

Konsep: Apabila kita terlibat hutang, kita bisa berfoto di penjara (foto mugshot).

4.7.1.6 Poster Conditioning 2



Gambar 4.7.1.6 Belum Lunas

Konsep: Semua barang yang kita beli dengan menggesek kartu kredit adalah menggunakan uang pinjaman dari bank.

4.7.1.7 Poster Reminding 1



Gambar 4.7.1.7 Borgol 50 ribu

Konsep: Hutang uang bisa membuat kita menjadi terpidana di penjara.

4.7.1.8 Poster Reminding 2



Gambar 4.7.1.8 Telur-itik-bebek

Konsep: Hutang akan semakin lama, semakin besar.

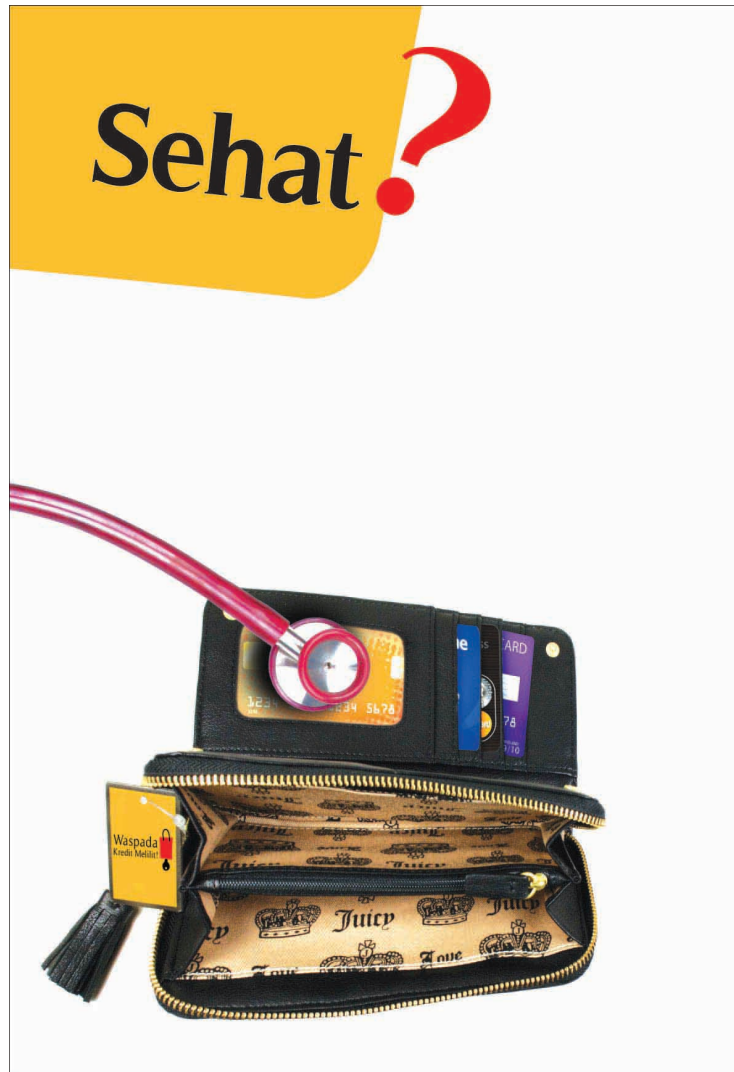
4.7.2 Banner gantung

Banner gantung digantung di langit-langit mall, diletakkan 1 buah setiap 20 meter.

Ukuran: 42 cm x 59.4 cm

Material: bahan x banner.

4.7.2.1 Banner gantung teaser



Gambar 4.7.2.1 Dompet

Konsep: Membuat target penasaran dengan kata “Sehat?” dan gambar dompet sedang diperiksa dengan stetoskop.

4.7.2.2 Banner gantung Informing



Gambar 4.7.2.2 Periksa Dompet

Konsep: Mengingatkan agar kita selalu memeriksa keadaan keuangan di dompet.

4.7.2.3 Banner gantung Conditioning



Gambar 4.7.2.3 Tekanan Darah Tinggi

Konsep: Semakin banyak hutang kita, semakin pusing dan tertekan pula kita.

4.7.2.4 Banner gantung Reminding



Gambar 4.7.2.2 Borgol 100 ribu

Konsep: Hutang uang bisa membuat kita menjadi terpidana di penjara.

4.7.3 Umbul-umbul

Umbul-umbul adalah semacam banner gantung yang berbentuk panjang dan diletakkan di sisi pinggir mall.

Ukuran: 90 cm x 270 cm

Material: bahan tetoron.

4.7.3.1 Umbul-umbul Conditioning 1 dan 2



Gambar 4.7.3.1 Pompa besar sebelah



Gambar 4.7.3.2 Penagih Hutang

4.7.3.1 Umbul-umbul tidur Conditioning 1 dan 2



Gambar 4.7.3.2 umbul tidur

4.7.4 X banner

X banner dipasang di kedua sisi panggung pada saat event berlangsung.

Ukuran: 60 cm x 160 cm

Material: bahan x banner.



Gambar 4.7.4.1

Gambar 4.7.4.2



4.7.5 Iklan website

Dipasang di website-website belanja online agar mengingatkan orang supaya waspada.



Gambar 4.7.5.1blibli.com



Gambar 4.7.5.2berniaga.com



Gambar 4.7.5.3tokobagus.com

4.7.6 Ambient

Ambient dipasang di lift, eskalator, kamar mandi, dan tempat sampah.
Bertujuan agar selalu diingat dengan bentuk dan peletakannya yang unik.
Material: Kertas stiker.



Gambar 4.7.6.1 Ambient eskalator



Gambar 4.7.6.2 Ambient lift



Gambar 4.7.6.3 Ambient kamar mandi mall



Gambar 4.7.6.4 Tempat Sampah

4.7.7 Iklan Majalah

Iklan kampanye di majalah Kartini (kalangan wanita kelas menengah)



Gambar 4.7.7 Iklan majalah Kartini

4.7.8 Iklan Tabloid

Iklan kampanye di tabloid Bintang



Gambar 4.7.7

Iklan tabloid

4.7.9 Gimmick

4.6.9.1 Kaos



Gambar 4.7.9.1 Gambar kaos depan belakang

4.7.9.2 Gelas



Gambar 4.7.9.2 Gelas

4.7.9.3 Brosur



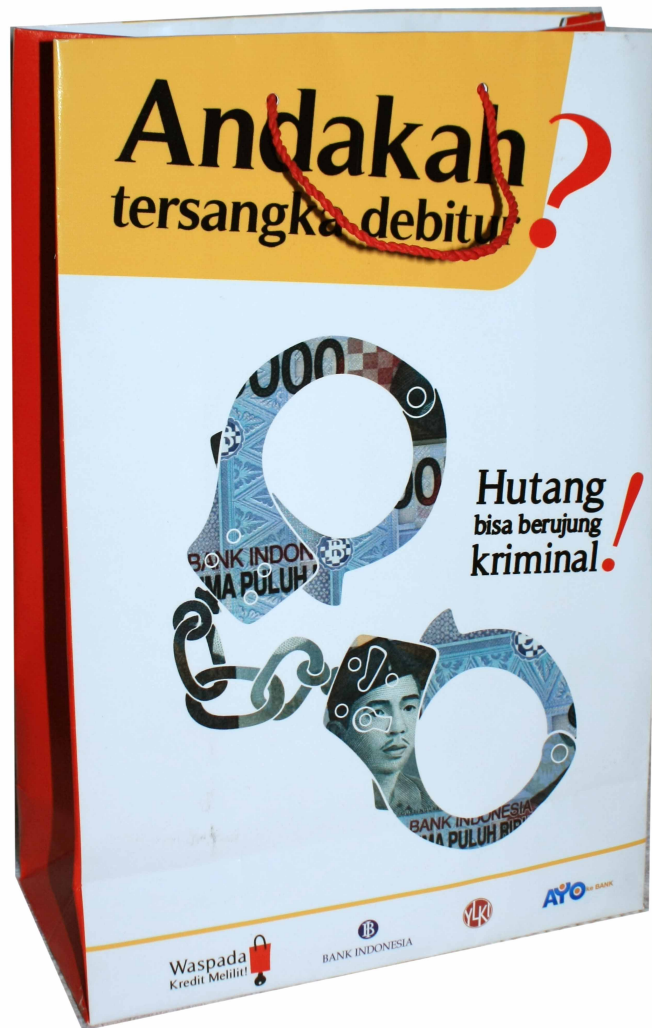
Gambar 4.7.9.2 Brosur

4.7.9.4 Notes



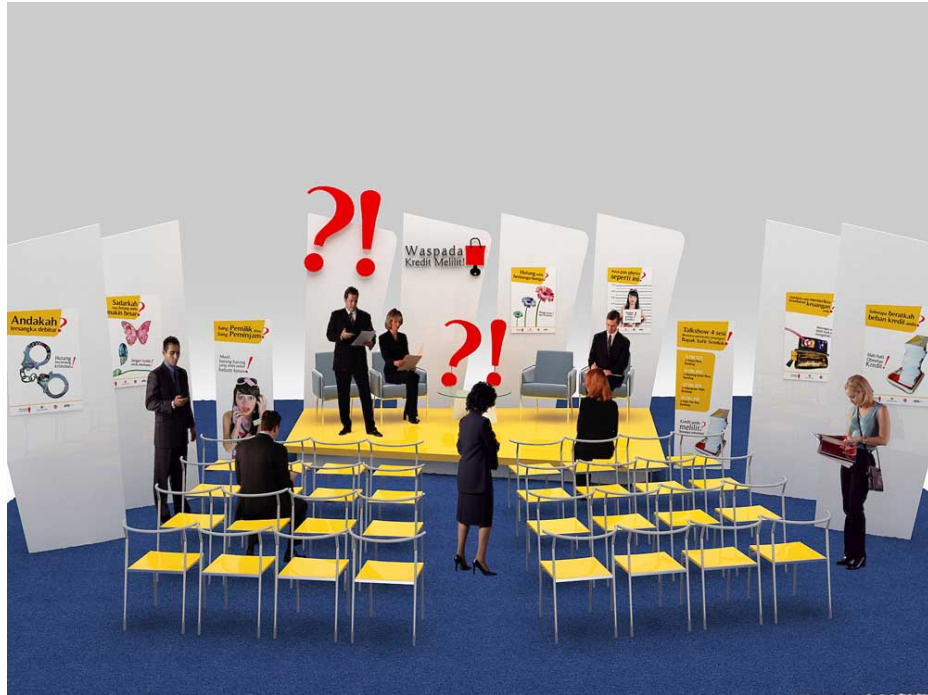
Gambar 4.7.9.3 Notes

4.7.9.5 Shopping Bag



Gambar 4.7.9.4 Shopping Bag

4.7.10 Panggung Event



Gambar 4.7.10 Panggung Event

Event diadakan 4 kali di bulan Oktober, dengan pembicaranya ahli keuangan bernama Baak Safir Senduk. Event diadakan di 4 mall di Bandung, yaitu Istana Plaza, Cihampelas Walk, Bandung Indah Plaza, dan Paris Van Java. Event ini berisi talkshow dan acara hiburan dari bintang tamu.

4.8 Aplikasi Media



Gambar 4.7.1 Poster



Gambar 4.7.2 Poster



Gambar 4.7.3 Umbul-umbul



Gambar 4.7.5 Banner gantung



Gambar 4.7.6 Aplikasi umbul-umbul tidur

4.9 Budgeting Kampanye

Tabel 4.9

No	Media	Dimensi	Jumlah	Harga Satuan	Subtotal
1	banner gantung (informing,conditioning,reminding)	59,4x42 cm	400	IDR 40,000.00	IDR 16,000,000.00
2	iklan majalah	1 halaman	4	IDR 15,000,000.00	IDR 60,000,000.00
3	brosur	14x42 cm (A4)	4,000	IDR 1,000.00	IDR 4,000,000.00
4	x-banner	160x60 cm	8	IDR 100,000.00	IDR 800,000.00
5	umbul-umbul	90x270 cm	120	IDR 48,000.00	IDR 5,760,000.00
6	narasumber		4	IDR 1,000,000.00	IDR 4,000,000.00
7	moderator		4	IDR 500,000.00	IDR 2,000,000.00
8	bintang tamu (katon bagaskara)		1	IDR 2,000,000.00	IDR 2,000,000.00
9	bintang tamu (Nugie)		1	IDR 2,000,000.00	IDR 2,000,000.00
10	bintang tamu (Ariel)		1	IDR 2,000,000.00	IDR 2,000,000.00
11	bintang tamu (Ari lasso)		1	IDR 2,000,000.00	IDR 2,000,000.00
12	Pemusik		1	IDR 500,000.00	IDR 500,000.00
13	Pangung talk show		4	IDR 1,000,000.00	IDR 4,000,000.00
14	dekorasi		4	IDR 500,000.00	IDR 2,000,000.00
15	kaos (gimmick)		100	IDR 20,000.00	IDR 2,000,000.00
16	Shopping bag (gimmick)		400	IDR 5,000.00	IDR 2,000,000.00
17	Sticker kamar mandi (ambience)	-	8	IDR 200,000.00	IDR 1,600,000.00
18	Sticker eskalator (embience)	-	12	IDR 500,000.00	IDR 6,000,000.00
19	Sticker lift	-	4	IDR 150,000.00	IDR 600,000.00
20	Mug (gimmick)	-	100	IDR 20,000.00	IDR 2,000,000.00
21	Notes (gimmick)	A5	200	IDR 3,000.00	IDR 600,000.00
22	Poster	A2	100	IDR 30,000.00	IDR 3,000,000.00
JUMLAH					IDR 121,860,000.00

Budgeting