

## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN PROMOSI PRANGKO PRISMA KEPADA ANAK-ANAK SEKOLAH DASAR**

Oleh

**Samuel Priadi Firmansyah**

**NRP 0864184**

Prangko PRISMA diterbitkan di Indonesia pada tanggal 09 Oktober 1999 bersamaan dengan peringatan hari jadi UPU (*Universal Postal Union*) atau Hari Jadi Perhimpunan Pos Sedunia. Prangko PRISMA (Prangko Identitas Milik Anda) adalah prangko yang diterbitkan berupa bidang kosong yang disediakan untuk gambar identitas siapapun pemesannya dimana gambar pada tampilan prangko tersebut bersifat pribadi, berbeda dengan prangko bergambar biasa. Semenjak diterbitkannya prangko tersebut, banyak masyarakat tidak mengetahui dan penjualan prangko tersebut mengalami penurunan, hal ini seiring dengan sudah tidak populernya lagi penggunaan prangko di masyarakat akibat perkembangan teknologi.

Maka dari itu, tujuan dari perancangan ini adalah untuk mempromosikan dan meningkatkan ketertarikan masyarakat, khususnya anak-anak Sekolah Dasar terhadap prangko PRISMA sebagai upaya untuk mengenalkan kembali fungsi prangko sebagai media untuk surat menyurat. Dengan populernya gaya berfoto *selfie* di masyarakat, hal tersebut dijadikan solusi promosi oleh perancang. Dengan harapan promosi tersebut dapat mempopulerkan dan meningkatkan penjualan prangko PRISMA.

Metode yang digunakan dengan merancang promosi ini adalah dengan observasi ke lapangan mengenai prangko yang kemudian mengambil teori-teori mengenai perancangan promosi yang kreatif, kemudian merancang media promosinya yang dilengkapi ilustrasi sebagai strategi visualnya serta didukung dengan media promosi berupa *Poster*, *X-Banner*, *Flyer*, *Sticker* Promosi, Iklan *Game*, Iklan Majalah, *Post Card*, *Kaos*, *Pin*, *Memo*.

Kata kunci: Prangko, PRISMA, Promosi.

## ABSTRACT

### DESIGNING A PROMOTION TOOL FOR PRISMA STAMPS TO PRIMARY SCHOOLS CHILDREN

**Samuel Priadi Firmansyah**

**NRP 0864184**

*PRISMA stamps were issued in Indonesia on October 9, 1999 in conjunction with the anniversary of UPU (Universal Postal Union). PRISMA stamps (your identity stamps) is a postage stamp issued with an empty field for drawing the identity of the buyer so that the displayed stamp image is personal, in contrast to the common pictorial stamps. Since the issuance of these stamps, many people still do not know about it and so the sale of stamps are impaired, it is worsen by the already unpopularity use of stamps in the society due to technological developments.*

*Therefore, the purpose of this scheme is to promote and enhance the public interest, especially elementary school children to stamp PRISMA as an attempt to reintroduce the function of stamps as a medium for correspondence. With the popularity of the selfie in society, it can be used as a promotional solution from the designer. With the hope that this promotion will be able to popularize and increase sales PRISMA stamps.*

*The method used in designing this promotional design is by conducting some field observations regarding the stamps and then making use of the theories regarding the promotion of creative design, then designing the promotional media that completed by illustrations as visual strategy and supported by other media such as posters, X-Banner, Flyer, Sticker Campaign, Ad Game, Magazine Ads, Post Card, T-Shirt, Pin, Memo.*

*Keywords: Stamps, PRISMA, Promotion.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup .....	3
1.3 Tujuan Perancangan .....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	3
1.5 Skema Perancangan .....	5
BAB II : LANDASAN TEORI .....	6
2.1 Psikologi Anak .....	6
2.1.1 Batasan Usia Anak Sekolah Dasar (11- 12 Tahun) .....	6
2.1.2 Karakteristik dan Perkembangan Anak .....	6
2.2 Promosi .....	7
2.2.1 Fungsi Promosi .....	7
2.2.2 Tujuan Promosi .....	9
2.2.3 Media Promosi .....	9
2.2.4 Jenis Media Promosi .....	10
2.3 Media Masa .....	12

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH .....	13
3.1 Data dan Fakta .....	13
3.1.1 Lembaga Terkait & Mandatori .....	13
3.1.2 Data Observasi .....	15
3.1.3 Hasil Kuisisioner .....	21
3.1.4 Tinjauan Karya Sejenis .....	28
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan STP dan SWOT .....	29
3.2.1 <i>Segmentation, Targeting, dan Posotioning</i> .....	29
3.2.2 SWOT Prangko ( <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i> ) .....	30
 BAB IV : PEMECAHAN MASALAH .....	 32
4.1 Konsep Komunikasi .....	32
4.2 Konsep Kreatif .....	33
4.2.1 Konsep Visual .....	33
4.3 Konsep Media .....	35
4.3.1 Timeline Media Kampanye .....	37
4.4 Hasil Karya .....	39
4.4.1 Logo .....	39
4.4.2 Poster <i>Awarenes</i> .....	40
4.4.3 Poster <i>Informing</i> .....	41
4.4.4 Poster <i>Reminding</i> .....	42
4.4.5 Poster <i>Event</i> .....	43
4.4.6 Brosur .....	44
4.4.7 Post <i>Card</i> .....	45
4.4.8 <i>X-Banner</i> .....	46
4.4.9 Iklan Game .....	47
4.4.10 Ambient Media .....	48
4.4.11 Gimmick .....	49
4.4.12 Stand Booth .....	50
4.5 Budgeting .....	51

BAB V : PENUTUP .....	53
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran .....	53
Daftar Pustaka .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat .....	13
Gambar 3.2	Logo PT Pos Indonesia .....	14
Gambar 3.3	Grafik berdasarkan usia .....	21
Gambar 3.4	Grafik berdasarkan gender .....	22
Gambar 3.5	Grafik berdasarkan pernah menulis surat .....	22
Gambar 3.6	Grafik berdasarkan pernah melihat prangko .....	23
Gambar 3.7	Grafik berdasarkan mengetahui sejarah prangko .....	24
Gambar 3.8	Grafik berdasarkan menggunakan prangko untuk mengirim surat .....	24
Gambar 3.9	Grafik berdasarkan dari mana mengetahui prangko .....	25
Gambar 3.10	Grafik berdasarkan mengetahui dan mengenal prangko lebih jauh .....	25
Gambar 3.11	Grafik berdasarkan pernah mengoleksi prangko .....	26
Gambar 3.12	Grafik berdasarkan gambar apa yang dilihat pada prangko .....	26
Gambar 3.13	Grafik berdasarkan perlukah prangko diperkenalkan kembali .....	27
Gambar 3.14	Logo Indonesia Bermain (Gerakan Indonesia Bermain) .....	28
Gambar 4.1	Timeline Promosi .....	38
Gambar 4.2	Logo Kampanye .....	39
Gambar 4.3	Poster <i>Awarenes</i> .....	40
Gambar 4.4	Poster <i>Informing</i> .....	41
Gambar 4.5	Poster <i>Reminding</i> .....	42
Gambar 4.6	Poster <i>Event</i> .....	43
Gambar 4.7	Brosur tampak depan dan belakang .....	44
Gambar 4.8	<i>Postcard</i> tampak depan dan belakang .....	45
Gambar 4.9	<i>X-Banner</i> .....	46
Gambar 4.10	Iklan pada aplikasi <i>mobile</i> .....	47
Gambar 4.11	<i>Balon Helium</i> .....	48
Gambar 4.12	Bis Sekolah .....	49
Gambar 4.13	<i>Gimmick</i> .....	50
Gambar 4.14	<i>Booth Design</i> .....	51

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Skema Perancangan .....	5
------------	-------------------------	---