

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Prangko adalah secarik kertas berperekat sebagai bukti tanda pembayaran untuk melunasi biaya pengiriman surat. Prangko ditempelkan pada amplop, kartu pos, atau benda pos lainnya sebelum dikirim. Dengan demikian biaya pengiriman surat tidak dibebankan kepada penerima surat, tetapi harus dilunasi oleh pengirim surat dengan menggunakan prangko. Prangko pada hakekatnya adalah secarik kertas bergambar yang diterbitkan oleh pemerintah yang pada bagian depannya memuat nama negara yang menerbitkan serta nominal tertentu, sedangkan bagian belakangnya terdapat perekat. (Kamus Istilah Filateli, 2012)

Berbagai gambar yang menarik pada sebuah prangko bisa menjadi sarana untuk menyampaikan pesan mengenai berbagai kepentingan masyarakat, pesan moral, menggambarkan keindahan alam, dan juga menggambarkan sejarah. Dengan menempelkan prangko pada sepucuk surat berarti biaya pengiriman surat tersebut telah dilunasi oleh pengirim surat, dan oleh karena itu Dinas Pos berkewajiban menyampaikan surat tersebut kepada alamatnya di tempat tujuan. (<http://www.kumpulan.info/>10 Januari 2015, 09:48 WIB)

Pada masa ini kejayaan prangko meredup seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi sehingga semakin jarang orang berkirim surat. Mungkin suatu saat prangko menjadi barang langka, beberapa petugas di kantor pos membenarkan hal tersebut. Oleh karena itu, pos terus mengikuti perkembangan, kegiatan berkirim surat dengan menggunakan prangko tetap efektif meski kemungkinan bisa dilakukan dengan menggunakan media *online* seperti internet. Semuanya memiliki kelebihan dan kekurangan meski menggunakan kemajuan teknologi di komunikasi serta informasi seperti saat ini. (<http://travel.kompas.com/>10 Januari 2015, 10:18 WIB)

Pada era teknologi informasi sekarang ini membuat bisnis perangko turun drastis. Dikatakan, penjualan 2012 setahun Rp26 miliar dari total Rp 3,4 triliun, tahun ini ditargetkan Rp28,7 miliar. Penurunan bisnis perangko yang merupakan alat pembayaran biaya pos ini sudah terlihat sejak 1996. Kala itu penjualan perangko menurun drastis di bawah 50%. Penurunan terus berlangsung hingga saat ini yang mencapai kisaran 13% dari total pendapatan perusahaan. Permintaan perangko menurun drastis, masyarakat lebih memilih berkirim surat elektronik. Hal itu dikarenakan semakin sedikit orang yang membeli perangko untuk mengirim surat lewat pos. Masyarakat lebih memilih berkirim pesan lewat pesan pendek (SMS), dan surat elektronik (*e-mail*). Tak hanya di Indonesia, gejala penurunan tren bisnis penjualan perangko juga dialami negara lain seperti Malaysia dan Singapura. Bahkan di negara maju sekelas Amerika Serikat, perusahaan pos di negara itu mengalami kebangkrutan dan mengurangi pegawai serta menjual kantornya. Melihat kondisi tersebut, PT Pos Indonesia berupaya agar bisnis perusahaan masih terus bertahan di tengah tekanan dari perkembangan teknologi informasi. Salah satunya dengan mengembangkan bisnis baru seperti jasa keuangan, Pos Shop, Bisnis Ritel dan Logistik. ([http://www.sp.beritasatu.com/11 Januari 2015, 11:15 WIB](http://www.sp.beritasatu.com/11%20Januari%202015,%2011:15%20WIB))

Prangko PRISMA (Prangko Identitas Milik Anda) adalah perangko yang dapat menampilkan foto atau identitas lainnya (logo, produk, lambang perusahaan, tulisan / slogan bahkan tanda tangan atau apapun) yang dikehendaki oleh pemesan, yang di cetak di atas *security paper* seperti halnya kertas berharga. Prangko Prisma dapat digunakan untuk berkirim surat, juga dapat dijadikan sebagai cinderamata untuk seseorang yang sangat istimewa. ([http://www.filateli.co.id/prisma/11 Januari 2015, 10:33 WIB](http://www.filateli.co.id/prisma/11%20Januari%202015,%2010:33%20WIB))

Melihat upaya PT. Pos dalam mempertahankan bisnisnya, dan peluncuran produk baru PRISMA yang belum dikenal oleh masyarakat, maka penulis sebagai generasi muda merasa tertarik untuk merancang sebuah promosi perangko PRISMA pada anak-anak tingkat Sekolah Dasar di Kota Bandung sebagai topik dari Tugas Akhir. Dalam kaitannya dengan bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual program promosi dirasa cocok untuk memperkenalkan dan membangkitkan kembali perangko PRISMA kepada masyarakat luas di Kota Bandung.

1.2. Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, adanya rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana cara agar anak tingkat SD mengenal dan tertarik dengan prangko?
- b. Bagaimana cara merancang sebuah promosi prangko PRISMA agar dapat menarik bagi anak tingkat SD?

Ruang lingkup pada batasan ini meliputi perancangan kampanye prangko kepada anak-anak tingkat Sekolah Dasar di Kota Bandung dan bagaimana pengaplikasiannya pada media. Kampanye ini akan dirancang dengan waktu 4 sampai 5 bulan (satu semester)

1.3. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan permasalahan dan ruang lingkup yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

- a. Merancang sebuah promosi sehingga anak tingkat SD mengenal dan tertarik dengan prangko.
- b. Merancang sebuah strategi promosi prangko PRISMA agar dapat menarik bagi anak tingkat SD.

1.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk kepentingan survei Tugas Akhir menggunakan metode deskriptif-kualitatif yaitu pengumpulan data yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, lalu dianalisa sehingga memberikan gambaran jelas tentang objek yang sedang diteliti.

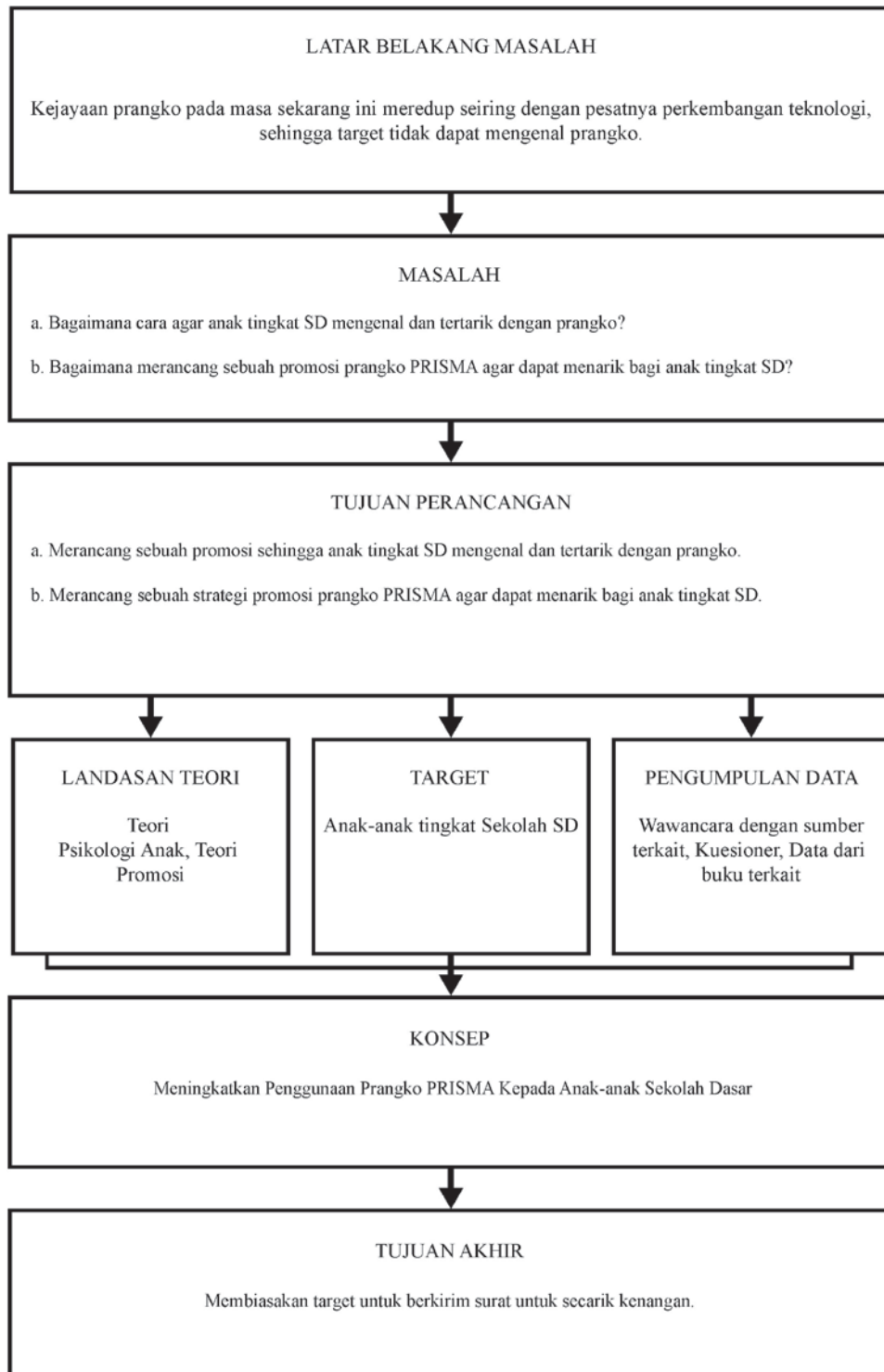
Teknik pengumpulan data, yang dilakukan melalui:

- a. Studi literatur, melalui buku, majalah, media internet, dan lainnya sebagai bahan referensi dalam menunjang proses riset data. Selain itu penulis juga melihat hasil dari laporan makalah Tugas Akhir yang dimiliki oleh Fakultas

Seni Rupa dan Desain Maranatha yang telah dikerjakan oleh angkatan terdahulu.

- b. Wawancara, yaitu pengumpulan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan dan dijawab secara lisan juga. Wawancara dilakukan secara kontak langsung dengan pihak yang sangat mengerti filateli di dalam Gedung Wahana Bakti Pos Bandung, dan jika memungkinkan penulis juga akan mewawancarai ketua komunitas filateli Bandung.
- c. Studi Pustaka akan dilakukan untuk memperoleh data, informasi, dan berita secara akurat dari media massa, media cetak, dan digital/internet.
- d. Kuesioner, yaitu daftar pertanyaan tertulis yang sudah disusun sesuai dengan topik yang dibahas dengan cukup rinci dan jelas yang disebar kepada 100 responden anak-anak Sekolah Dasar mengenai eksistensi prangko saat ini.

1.5 Skema Perancangan



Tabel 1.1 Skema Perancangan