JURNAL TUGAS AKHIR

PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI BERTEMA NUSANTARA SEBAGAI SARANA PENINGKATAN CITRA POSITIF BANK BTPN

PERANCANGAN

Oleh:

Fahtiar Dedian Novka

NIM 1210027124

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DESAIN

FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2019

Jurnal Tugas Akhir Perancangan berjudul:
PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI BERTEMA NUSANTARA SEBAGAI SARANA PENINGKATAN CITRA POSITIF BANK BTPN Diajukan oleh Fahtiar Dedian Novka, NIM 1210027124, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui tim pembina Tugas Akhir pada 1 Juli 2019 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1
Desain Komunikasi Visual

Indiria Maharsi, S.Sn.,M.Sn.
NIP. 19720909 200812 1 001

ABSTRAK

Perancangan Buku Ilustrasi Bertema Nusantara Sebagai Sarana Peningkatan Citra Positif Bank BTPN

Rancangan ini bertujuan untuk memberikan metode kampanye yang efektif dan tepat guna untuk nasabah bank BTPN melalui ilustrasi potensi keunggulan nusantara. Illustrasi sebagai metode penyampaian pesan merupakan cara yang efektif karna meyajikan bentuk dan visualisasi deskripsi. Masyarakat nusantara sejak masa kerajaan telah lekat dengan tuturan bergambar, seperti contohnya relief pada candi menceritakan berbagai kisah. Rancangan ini akan mendeskripsikan berbagai karakter kebudayaan Nusantara yang digdaya, sehingga bank BTPN dapat menyebarkan semangat kemandirian, nasionalisme, dan inspirasi bagi nasabahnya. Perancangan ini merupakan informasi untuk target audience, agar pengetahuannya tentang potensi ekonomi mandiri masyarakat nusantara bertambah dan dapat termotivasi untuk berusaha lebih baik.

Perancangan ini menggunakan metode penciptaan ilustrasi sebagai medium penyampaian pesan. Ilustrasi merupakan gambaran mengenai suatu hal yang disajikan secara visual. Fungsi visualnya yang deskriptif membuat ilistrasi dapat mempermudah audience untuk memahi suatu informasi lebih mudah. Hal ini disebabkan imaji yang dituliskan dalam deskripsi dihadirkan lagi dalam citra gambar bentuk, sehingga gambar yg disusun merupakan citraan yang paling sesuai dengan teks deskripsi. Tanpa ilustrasi, audience tidak memiliki batas untuk membangun imaji visualnya tentang suatu teks yg disajikan. Perancangan ini berguna sebagai contoh perancangan kampanye yang efektif menggunakan ilustrasi.

Hasil rancangan ini menunjukan bahwa teks pada suatu kampanye potensi wilayah akan lebih efektif dengan penambahan gambar illustrasi. Bank BTPN menunjukan keberhasilan kampanye potensi ekonomi Nusantara dengan metode perancangan ini sehingga perancangan ini dapat diperbanyak dan didistribusikan untuk kepentingan kampanye Indonesia yang digdaya dan berpotensi mengembangan ekonomi daerahnya

Kata Kunci : Bank Btpn, Berdaya untuk Nusantara, Nusantara, Daya, Buku Ilustrasi

ABSTRACT

Illustrated Book Design "Empowered for Nusantara"

This design aims to provide effective and appropriate campaign methods for customers of BTPN bank through illustration of the archipelago's superior potential. Illustration is an effective method for conveying a message as it gives form and visualisation to description. Since feudal times, archipelago societies have been inextricably tied to visual forms of expression, exemplified in temple reliefs which give expression to various stories. This design will give description to various powerful characters in the archipelago's cultures, enabling BTPN bank to promote self-sufficiency, nationalism and inspiration amongst its customers.

This design constitutes information for the target audience, with the goal of broadening knowledge about the potential for economic self-sufficiency throughout the archipelago, and to motivate audiences to therefore adopt better business methods.

This design uses the method of illustration as a medium for conveying a message. Illustration constitutes an image pertaining to a particular subject, which is provided visually. The function of descriptive visuals makes illustration able to facilitate audience understanding of information. This is because the image that is contained within a description is presented again in the form of an image, such that the resulting image constitutes the visual that is most appropriate for the description text. Without illustration, audiences would not be limited in their creation of visual images about a presented text. This design is a useful example of a campaign program that is effective in using illustration.

The results of this design demonstrates that a campaign has the potential to be more effective with the addition of illustrations. The BTPN bank campaign is an example of a successful campaign about the archipelago's economic potential which uses this design method. Accordingly, this design could be replicated and distributed in the interests of an effective Indonesian campaign, and has the potential to stimulate regional economic growth.

Keywords : Btpn Bank, Empowered for Nusantara, Nusantara, Ilustration Book

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Bank Tabungan Pensiunan Nasional, yang lebih akrab disebut BTPN adalah Perusahaan yang bergerak dibidang Perbankan, yang berdiri sejak 1958, bank tersebut memiliki Kantor pusat yang beralamat di Menara BTPN CBD Mega Kuningan, Jl. Dr. Ide Anak Agung Gede Agung Kav. 5.5-5.6, Jakarta 12950 Indonesia.

Bank BTPN saat ini memiliki 85 kantor cabang utama, 746 kantor cabang pembantu, 148 kantor pembayaran dan 140 kantor fungsional operational. BTPN adalah bank devisa yang memfokuskan diri untuk melayani dan memberdayakan segmen masyarakat berpendapatan rendah yang terdiri dari para pensiunan, pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), serta komunitas prasejahtera produktif (*mass market*).

Bank Tabungan Pensiunan Nasional disingkat Bank BTPN terlahir dari pemikiran 7 (tujuh) orang dalam suatu perkumpulan pegawai pensiunan militer pada tahun 1958 di Bandung. Ketujuh serangkai tersebut kemudian mendirikan Perkumpulan Bank Pegawai Pensiunan Militer (selanjutnya disebut BAPEMIL) dengan status usaha sebagai perkumpulan yang menerima simpanan dan memberikan pinjaman kepada para anggotanya. BAPEMIL memiliki tujuan yang mulia yakni membantu meringankan beban ekonomi para pensiunan, baik Angkatan Bersenjata Republik Indonesia maupun sipil, yang ketika itu pada umumnya sangat kesulitan bahkan banyak yang terjerat rentenir.

BTPN telah menempuh perjalanan panjang sejak didirikan di Bandung, Jawa Barat pada 1958 sebagai Bank Pegawai Pensiunan Militer (Bapemil) hingga berubah nama pada 1986 menjadi Bank Tabungan Pensiunan Nasional. BTPN mulai tercatat di Bursa Efek Indonesia pada 2008 dan terus berkembang secara berkelanjutan dengan melahirkan berbagai inovasi bisnis yang melengkapi portofolio layanan perbankan pensiun yang telah dirintis sejak 1958 (BTPN Annual Report 2018 “menggandakan kekuatan”: 29).

Ditinjau dari pengertiannya Bank merupakan lembaga intermediasi yang memegang peranan penting dalam keberlangsungan perekonomian suatu negara, khususnya dalam aspek pembangunan, maka dari itu Bank disebut sebagai agen pembangunan (*agent of depelovement*) terutama bagi yang diharapkan mampu memelihara kestabilan moneter dengan cara mengatur perputaran uang di

masyarakat melalui peranan bank sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*).

Menurut survey Statistik Perbankan Indonesia pada bulan Januari 2019 yang dilakukan oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) Jumlah Bank di Indonesia saat ini semakin bertambah, ada beberapa Lembaga keuangan yang berbentuk bank di Indonesia, contohnya adalah Bank Umum, Bank Perkreditan Rakyat (BPR), Bank Umum Syariah, dan juga Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Masing-masing bentuk lembaga tersebut memiliki perbedaan karakter dan fungsinya yang mendorong setiap Bank saling berlomba dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya.

Menyadari visi ke depan, pada tahun 2011 Bank BTPN mengambil langkah lebih lanjut, dengan meluncurkan program "Daya" yang memiliki landasan filosofi bisnis "Peluang sekaligus Panggilan". Daya hadir dengan menawarkan kesempatan kepada seluruh *stakeholder* BTPN untuk berpartisipasi dalam misi pemberdayaan jutaan *mass marke*t di Indonesia. Daya merupakan program yang berkelanjutan dan menjadi salah satu elemen yang terintegrasi dengan model bisnis BTPN. Dari seluruh produk serta aktivitasnya, Bank BTPN juga senantiasa berusaha untuk menciptakan kesempatan tumbuh dan hidup bagi seluruh nasabahnya.

Apabila program "Daya" muncul dengan fungsi pemberdayaan nasabah dan *mass market* di Indonesia, BTPN juga perlu melakukan Inovasi lainnya, maksudnya bukan hanya Inovasi bisnis dalam layanan perbankan semata, karena dunia bisnis begitu dinamis, ditambah dengan perkembangan teknologi serta arus informasi yang begitu cepat membuat keadaan semakin kompetitif, maka dari itu inovasi perlu dilakukan sebagai langkah strategis dalam membangun citra/*image* positif bank BTPN. Inovasi meliputi eksplorasi media baru yang pemanfaatannya masih dirasa belum maksimal, khusunya dalam media Disain Komunikasi Visual. Menurut Widagdo di dalam bukunya Desain dan Kebudayaan, Setelah revolusi industri, Desain lahir sebagai akibat adanya nilai dan parameter baru hasil pertemuan seni dan teknologi. Karena kenyataan sosial ekonomi inilah yang memaksa kesadaran manusia untuk mencari ungkapan visual yang sesuai.

Untuk menjawab tantangan zaman yang dihadapi oleh Bank BTPN, maka BTPN perlu melakukan inovasi dalam usaha membangun citra positif perusahaan yang menyesuaikan perkembangan zaman. Tak hanya berhenti pada

peluncuran program saja, namun pembuatan buku ilustrasi dapat menjadi pemanfaatan media baru dalam strategi pemasaran sekaligus sarana edukasi bagi karyawan, nasabah Bank BTPN, maupun masyarakat di Indonesia. Buku ilustrasi yang akan dirancang mengacu pada jaringan pemikiran, gagasan, wawasan, pengalaman, tujuan, memori, persepsi, dan harapan Bank BTPN.

Atas pertimbangan tersebut perancangan media baru berupa buku ilustrasi bertema Nusantara dipilih sebagai sarana untuk meningkatkan *image*/citra positif Bank BTPN, karena buku Ilustrasi mampu mengakomodir kebutuhan promosi, kampanye dan informasi yang bersifat edukatif tentang 'Nusantara' dalam perspektif ekonomi, serta pencapaian perusahaan dalam melaksanakan visi-misi perusahaan, yang dikemas dengan gaya visual yang menarik dengan pertimbangan estetika didalamnya.

Format dalam bentuk buku Ilustrasi diharapkan menjadi *platform* yang dapat mengukuhkan citra positif perusahaan dalam memperoleh perhatian publik, secara internal maupun eksternal, yakni bagi karyawan, nasabah maupun masyarakat Indonesia.

Ilustrasi dalam buku digunakan untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, cerita, yang sesuai dengan kebutuhan. Pemilihan buku ilustrasi sebagai salah satu pemanfaatan media baru bagi Bank BTPN juga akan membuat target audiens memiliki intensitas lebih kepada Bank BTPN, karena buku adalah sesuatu yang dapat disentuh dan dibaca serta memiliki karakter fisik yang unik, yang terkesan ekslusif. Selain itu Ilustrasi memiliki fungsi yang penting dalam memberikan kesan menarik, serta memicu keingintahuan target audiens untuk mengenal sejarah Nusantara dalam perspektif ekonomi yang tentunya juga berkaitan dengan peningkatan citra positif Bank BTPN.

Tema yang diangkat dalam perancangan buku Ilustrasi Nusantara juga menghadirkan aspek nasionalisme yang berfungsi dalam meningkatkan minat karyawan, nasabah, masyarakat maupun generasi muda terhadap perekonomian Indonesia yang akan berguna bagi generasi penerus bangsa Indonesia.

2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang buku ilustrasi yang estetik dan komunikatif dengan tema "Nusantara" sebagai sarana peningkatan citra positif bank BTPN?

3. Tujuan Perancangan

a. Meningkatkan citra/*Image* positif bank BTPN melalui media buku ilustrasi yang didistribusikan kepada target audiens yang tepat sasaran sehingga adanya penyebaran pengetahuan serta menimbulkan brand awareness dibenak target audiens.

b. Menciptakan identitas visual yang memorable dan fleksibel, serta menampilkan kelebihan media buku Ilustrasi yang dapat menjadi strategi peningkatan citra positif Bank BTPN.

c. Memberikan transformasi pengetahuan mengenai program BTPN kepada target audience sebagai hal yang inspiratif dalam upaya meningkatkan taraf hidup serta pemberdayaan masyarakat dibidang ekonomi.

B. Metode

Perancangan tugas akhir ini berjudul 'Perancangan Buku ilustrasi dengan tema "Nusantara" sebagai sarana peningkatan citra positif bank BTPN' Berdasar pada judul dan teori yang ada, akan dijabarkan aspek demi aspek dengan gaya penulisan deskriptif. Perancangan buku ilustrasi ini akan menggunakan gaya ilustrasi Naratif dengan proporsi realistis dan nuansa pewarnaan yang dominan warna oranye/jingga dan menggunakan asas medium saturation. Buku Ilustrasi ini juga dirancang dengan lay-out yang mengutamakan pemanfaatan ruang sebaik mungkin sehingga dapat menyeimbangkan porsi antara data verbal (deskripsi) dan visual (ilustrasi) sehingga dapat menyajikan informasi dengan baik dalam format buku ilustrasi.

Dari data yang diperoleh, selanjutnya dapat diambil suatu proses analisis untuk menggali akar permasalahannya. Dalam menganalisis data menggunakan metode 5W+1H dan Analisis SWOT.

1. Analisis 5 W + 1 H

a. What

Dalam sektor ekonomi, perbankan memiliki hubungan yang erat dengan pembangunan infrastruktur negara. Seperti yang telah dijelaskan pada bab identifikasi data, bank merupakan lembaga intermediasi yang menjaga kestabilan moneter di suatu negara. Catatan historis menunjukan bahwa pada mulanya Bank BTPN hadir untuk memberikan alternatif atau bantuan bagi pensiunan militer negara yang terlilit hutang. Oleh karena itu Bank BTPN telah

menjadi aktor dalam dinamika kehidupan sosial dan ekonomi di Nusantara, hal tersebut tercermin dengan beberapa program yang dilaksanakan oleh Bank BTPN yang selalu mengutamakan kepentingan rakyat Indonesia. Sehingga topik Buku ilustasi Nusantara untuk membangun citra poisitf Bank BTPN menjadi pembahasan utama dalam perancangan. Perancangan ini akan berbentuk buku ilustrasi mengenai peran bank BTPN dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat diseluruh lapisan masyarakat dan aspek-aspek yang dipengaruhinya baik secara langsung maupun tidak langsung di Indonesia.

b. *When*

Saat ini. Ketika arus informasi berkembang pesat dan semakin mudah diakses merupakan saat yang tepat untuk membuat arsip mengenai Program dan sejarah Bank BTPN serta menjadi salah satu strategi pemasaran untuk meningkatkan citra positif Bank BTPN dan mengenal kegiatan ekonomi di beberapa wilayah di Indonesia.

c. *Where*

Di beberapa kota di Indonesia. Spesifiknya buku ilustrasi ini akan disebarluaskan ke berbagai kantor cabang Bank BTPN karena terdapat banyak target *audience* perancangan, yaitu nasabah, karyawan, serta *stakeholder* Bank BTPN.

d. *Who*

Objek-objek Ilustrasi dalam buku ini adalah sejumlah visual dari kegiatan perekonomian masyarakat Indonesia di berbagai kota untuk menunjukan mafaat atau *impact* dari program-program yang telah dilaksanakan oleh Bank BTPN khususnya DAYA, yang menjadikannya objek yang dapat meningkatkan citra positif Bank BTPN.

e. *Why*

Buku ilustrasi dipilih sebagai media perancangan karena belum terdapat referensi verbal maupun visual yang dimiliki oleh Bank BTPN tentang perekonomian masyarakat di berbagai kota di Indonesia yang dapat disebarluaskan ke beberapa lapisan masyarakat di Indonesia menggunakan media baru, yakni buku ilustrasi. Selain itu, buku ilustrasi memiliki nilai estetis untuk dimiliki dan dibaca, sehingga turut manambah referensi verbal maupun visual dalam topik yang diusungnya maupun dunia pustaka secara umum.

f. How

Mengarsipkan dan memvisualisasikan beragam kegiatan perekonomian masyarakat di Indonesia berkat program-program yang dilaksanakan oleh Bank BTPN salah satunya adalah DAYA yang begitu plural. Menggunakan deskripsi visual berupa ilustrasi yang dibuat dengan menggunakan teknik manual dan dikembangkan dengan teknik digital serta deskripsi verbal berupa narasi pendek dengan bahasa yang ringan serta *layout* yang menarik sehingga mudah dipahami, dimengerti dan membuat target audiens ingin membacanya.

2. Analisis SWOT

a. Strenght

1) Bank BTPN merupakan Bank Devisa negara yang sudah berdiri sejak tahun 1958.
2) Memiliki program yang dapat memberdayakan Jutaan Mass *Market* di berbagai wilayah Indonesia.
3) Memiliki kredibilitas sebagai perusahaan
4) Sudah memiliki banyak nasabah
5) Memiliki karyawan, *stakeholder,* serta rekan bisnis yang dapat menunjang visi misi perushaan
6) Memiliki visi misi yang fokus terhadap masyarakat kelas menengah kebawah

b. Weaknes

1) Belum memiliki strategi untuk menjaring generasi milenial
2) Tidak memiliki arsip visual yang menarik sebagai strategi dalam meningkatkan citra positif Bank BTPN
3) Transformasi pengetahuan yang kurang mengenai keberhasilan program-program.

c. *Opportunities*

1) Memiliki kesempatan untuk melebarkan sayap perusahaan untuk dapat menjalankan tugas memberdayakan masyarakat Indonesia
2) Dapat meningkatkan citra positif perushaan
3) Sumber Daya Manusia yang mencukupi dan kompatibel

d. Threats

1) Belum mengarsipkan berbagai capaian program perusahaan dengan bungkus yang menarik secara visual dalam upaya meningkatkan citra positif perusahaan,
2) Semakin banyak Bank yang lebih memiliki strategi milenial dalam mengembangkan perusahaannya.

1. Kesimpulan Analisis

Perbankan di Indonesia semakin berkembang dan menjadi hal yang sangat penting bagi sektor perkekonomian negara. Tak hanya menjaga kestabilan moneter, bank juga dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia, hal tersebut adalah salah satu misi dari Bank BTPN yang ingin menciptakan mass market dalam rangka membuka peluaang bagi siapupun untuk dapat mengembangkan usahanya. Hal tersebut sudah terwujud dalam beberapa program yang digagas oleh Bank BTPN salah satunya adalah program DAYA, program ini relatif diterima dengan baik serta melahirkan peluang-peluang baru bagi jutaan rakyat Indonesia. Seperti namanya, program Daya hadir untuk 'Menciptakan Kesempatan Tumbuh' dan visinya "Mengubah Hidup Berjuta Rakyat Indonesia". Melalui ketiga pilarnya: Daya Sehat Sejahtera, daya Tumbuh Usaha dan Daya Tumbuh Komunitas, Daya menerjemahkan aspirasi BTPN dalam menciptakan perubahan sekaligus meningkatkan kualitas hidup nasabah dan masyarakat Indonesia. Sejak 2012 sampai 2017 jumlah penerima manfaat program Daya telah mencapai 8.366.494 peserta melalui 748.047 aktivitas. Namun hingga kini Bank BTPN belum melakukan upaya pengarsipan secara utuh tentang bagaimana program ini telah mengubah hidup jutaan masyarakat indonesia. Oleh karena itu kehadiran buku ilustrasi bertemakan Nusantara ini diharapkan mampu menjawab tantangan tersebut, sekaligus dapat menjadi salah satu media dalam meningkatkan citra positif Bank BTPN yang dapat disebarluaskan di beberapa kantor cabang bank BTPN di indonesia.

C. Hasil Perancangan

Komunikasi masih dapat terjalin dengan perantara yang dapat kita sebut sebagai media. Istilah media merupakan bentuk jamak dari kata medium yang dapat diartikan sebagai alat, sarana komunikasi, perantara atau pengantar. Dengan kata lain, media adalah perantara sumber pesan (*source*) dengan penerima pesan (*receiver*) dalam menyampaikan pesan (*message*) dengan tujuan untuk menyebarkan informasi atau pesan itu sendiri kepada audiens.

Media yang dipilih dalam perancangan ini adalah buku ilustrasi yang memuat konten tentang sejarah Bank BTPN sebagai lembaga Bank Negara yang memiliki visi dan misi untuk mensejahterakan atau mengubah hidup jutaan masyarakat Indonesia dan bagaimana Bank BTPN akhirnya dapat menggerakan sistem perkenomian masyarakat menengah di berbagai wilayah di Indonesia, sehingga diharapkan buku ilustrasi ini dapat meningkatkan citra positif Bank BTPN.

Buku ilustrasi dipilih karena merupakan media yang dapat memuat konten yang lebih lengkap secara visual dan verbal. Dalam buku ini akan didominasi oleh banyak gambar dan ilustrasi yang berhubungan dengan data visual mengenai sejarah awal mula berdirinya Bank BTPN, serta peran program Daya bagi Masyarakat Indonesia. Sedangkan konten verbal diperlukan untuk menjelaskan informasi dengan lebih detail yang tidak dapat dihadirkan dengan konten visual dan ilustrasi.

Perancangan ini memuat informasi seputar Pencapaian bank BTPN dan perannya dalam mengembangkan sektor ekonomi di berbagai wilayah di Indonesia. Selain itu, perancangan buku ilustrasi ini juga menyajikan informasi-informasi penting yang ditujukan kepada nasabah, karyawan, dan seluruh staff BTPN di setiap kantor cabang di Indonesia. Perancangan ini menggunakan pendekatan teknik ilustrasi manual dikombinasi dengan tehnik digital. Pemilihan teknik tersebut dipilih untuk membantu penyampaian pesan kepada target audience dengan memberikan kesan ringan namun tetap mengutamakan detil informasi yang akan disampaikan. Cara penyampaian pesan juga disesuaikan dengan target audience, dalam buku ini tata bahasa ditulis secara formal sehingga target audience dapat memahami pesan dengan gaya ringan namun tetap serius.

Tujuan kreatif perancangan ini adalah menciptakan buku ilustrasi yang komunikatif dan estetik sebagai media dokumentasi Bank BTPN dengan tema Nusantara yang membahas tentang sejarah umum Bank BTPN serta manfaat program Daya bagi masyarakat Indonesia, sehingga *target audience* dapat

mengetahui sejarah Bank BTPN di Indonesia beserta dinamikanya dalam sektor perekonomian masyarakat Indonesia.

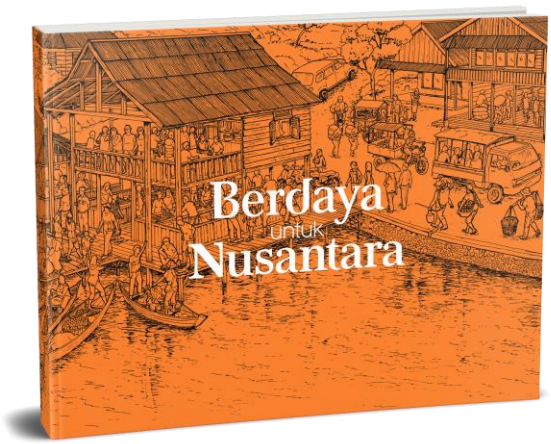
Buku ilustrasi Nusantara dirancang dengan desain, lay-out dan visual ilustrasi yang menarik agar target audience merasa tertarik serta tidak merasa bosan saat membaca dan dapat menjadikannya sebuah benda berharga yang menjadi barang koleksi.

Buku ilustrasi Nusantara ini bertujuan memberikan informasi kepada target audience mengenai pengetahuan tentang sejarah Bank BTPN serta dinamika perekonomian yang terbentuk akibat kehadiran program Daya di Indonesia dan menjadikannya salah satu aspek sejarah yang menarik untuk ditinjau sehingga target audience mengetahui sejarah atau perjalanan Bank BTPN serta program-program yang telah banyak mengubah hidup rakyat Indonesia.

Perancangan buku ilustrasi juga bertujuan untuk meningkatkan awareness masyarakat untuk mengetahui/membaca BTPN dari sudut pandang pencapaian yang telah dilalui dalam kemajuan perekonomian Indonesia serta menjadi jembatan antara bank BTPN dengan staf/karyawan, nasabah, hingga calon nasabah guna mengetahui peranan aktif keterlibatan BTPN di masyarakat. Media buku ilustrasi memiliki kelebihannya tersendiri, sebagai media yang dapat menampung pesan yang berbentuk visual dan verbal.

Menciptakan buku ilustrasi yang komunikatif sebagai media dokumentasi mengenai program pemberdayaan masyarakat nusantara beserta gaya hidup, kegiatan perekonomian, kegiatan kreatif masyarakat di Indonesia.

1. Final Desain



bank btpn

Di BTPN, kami percaya bahwa semua rakyat Indonesia menginginkan kesempatan untuk tumbuh. Kami memberdayakan mereka dengan memberikan solusi keuangan dan pengembangan kapasitas.

BTPN merupakan bank yang memfokuskan diri untuk melayani dan memberdayakan masyarakat berpendapatan rendah yang terdiri dari para pensiunan, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta komunitas prasejahtera produktif (mass market). Didirikan di Bandung, Jawa Barat, pada 1958 dengan nama Bapemil, bank berubah nama menjadi Bank Tabungan Pensiunan Nasional di tahun 1986. Saat ini BTPN berkantor pusat di Jakarta dengan cabang-cabang di lebih dari 800 kota di seluruh Indonesia.

BTPN menawarkan berbagai layanan perbankan melalui enam unit bisnisnya. Pertama adalah BTPN Purna Bakti yang fokus pada segmen pensiunan dan prapensiunan. Kedua adalah BTPN Mitra Usaha Rakyat yang melayani para nasabah wirausaha mikro. Ketiga adalah BTPN Mitra Bisnis yang melayani para nasabah wirausaha kecil dan menengah. Keempat, BTPN Sinaya yang fokus pada pertumbuhan dana pihak ketiga dari segmen institusi dan individu berpenghasilan menengah ke atas. Dua unit bisnis terakhir adalah kedua platform mobile banking BTPN. BTPN Wow!, sebagai unit bisnis kelima, adalah platform yang melayani segmen mass market dengan menggunakan telepon seluler sederhana, sedangkan yang terakhir, Jenius, tersedia untuk menjawab kebutuhan nasabah urban yang lebih fasih menggunakan smartphone.

Sebagian besar perusahaan melaksanakan kegiatan kemasyarakatannya melalui program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang berjalan terpisah dari kegiatan bisnisnya. BTPN mengintegrasikan program sosialnya sebagai bagian dari kegiatan bisnisnya. Sehingga semboyan "Bersama, kita ciptakan kesempatan tumbuh dan hidup yang lebih berarti" tidak hanya merupakan kegiatan sosial kami – tetapi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan bisnis Bank sehari-hari hingga ke tingkat cabang.

Di tahun 2018, melalui proses merger dengan SMBCI, bank baru hasil merger Bank BTPN akan menjadi bank yang lengkap, menawarkan berbagai layanan keuangan bagi seluruh spektrum nasabah individu dan nasabah bisnis, dari korporasi besar di daerah urban utama hingga usaha-usaha mikro dan masyarakat di pedesaan.

1958

Pada 1958, BTPN didirikan di Bandung, Jawa Barat, dengan nama Bank Pegawai Pensiunan Militer (Bapemil). Pada 1960, BTPN memperoleh izin sebagai bank komersial dan selanjutnya, pada 1986, berganti nama menjadi PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional.

2008

Pada 2008, TPG Nusantara S.à.r.l. melakukan akuisisi saham BTPN sebesar 71,6% melalui pembelian saham di Bursa Efek Indonesia. BTPN menjadi bank publik dengan nilai aset Rp13,7 triliun.

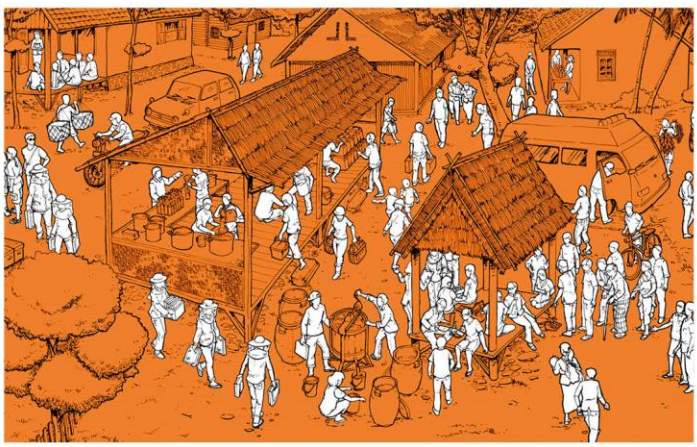
Daya Sehat Sejahtera

Pilar Daya Sehat Sejahtera bertujuan menyebarluaskan pola hidup sehat ke semua pemangku kepentingan BTPN. Kegiatan Daya Sehat Sejahtera terdiri dari:

- Layanan Kesehatan, meliputi pemeriksaan dan konsultasi kesehatan gratis oleh para dokter dari Persatuan Dokter Umum Indonesia (PDUI).
- Informasi Kesehatan, di mana nasabah BTPN dan keluarganya menerima kiat-kiat praktis untuk hidup sehat.
- Sesi Dialog dan Diskusi Interaktif tentang kesehatan yang mendorong perilaku dan hidup sehat. Selain mengunjungi cabang BTPN untuk konsultasi kesehatan saat mereka melakukan transaksi keuangan, nasabah BTPN juga dapat mengakses daya.id untuk mendapatkan tips dan informasi bahkan pelatihan mengenai kesehatan.

Para nasabah juga diundang untuk menjadi tenaga kesehatan terlatih. Melalui kemitraan dengan berbagai organisasi, seperti Perhimpunan Dokter Umum Indonesia/PDUI, Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro dan Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, BTPN menyelenggarakan pelatihan di kelas maupun di lapangan bagi para kader kesehatan, sehingga mereka dapat melakukan konsultasi kesehatan, serta pemeriksaan kesehatan sederhana.

Daya Sehat Sejahtera juga telah mengembangkan basis data terintegrasi yang komprehensif untuk menyimpan catatan-catatan kesehatan para nasabah pensiunan. Ke depan, analytics dari data yg ada akan dapat mendukung kegiatan dalam rangka peningkatan layanan kepada nasabah berdasarkan kebutuhan mereka.



Pada tahun 2018, program kader kesehatan menjangkau 9 Area di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta yang diikuti oleh 16.714 partisipan dan 44 kader.

Program Daya Sehat Sejahtera mendorong peningkatan pola hidup sehat setiap peserta program melalui informasi, pemeriksaan dan konsultasi kesehatan yang fokus kepada aktivitas promotif dan preventif. Program layanan kesehatan yang diselenggarakan di 191 cabang Purnabakti diseluruh Indonesia, sampai dengan Desember 2018 berhasil menjangkau 121.111 partisipan. Daya BTPN mengembangkan database kesehatan dari setiap peserta program layanan kesehatan untuk dapat memonitor perkembangan kesehatan peserta dan mempersiapkan program tindaklanjut berdasarkan kebutuhan dan permasalahan kesehatan yang dibutuhkan oleh perserta.

Untuk semakin meningkatkan kualitas dan jangkauan program Daya Sehat Sejahtera, BTPN meningkatkan kualitas penyelenggaraan program kader kesehatan di DIY Yogyakarta dan Jawa Tengah melalui pengukuran baseline terhadap peserta dan kader dan peningkatan kompetensi kader. Dengan kedua aktifitas tersebut diharapkan peningkatan layanan dan materi kader kesehatan lebih sesuai dengan kebutuhan peserta. Selain itu program daya sehat sejahtera juga membangun kolaborasi dengan Kementerian Kesehatan untuk meningkatkan program sustainability.

2. Media Pendukung

a. Post Card

b. Kartu Anggota & ATM

c. Kalender

d. Pembatas Buku

D. Kesimpulan

Perancangan buku Ilustrasi Berdaya untuk Nusantara bertujuan untuk menyajikan informasi kepada *target audience* yang telah ditentukan tentang sejarah berdirinya Bank BTPN, visi misi perusahaan, serta program Daya sebagai penunjang unit usaha menengah di Indonesia. Buku Ilustrasi ini juga diharapkan dapat meningkatkan *image* atau citra Perusahaan. Buku ilustrasi ini juga bertujuan untuk memberikan semangat positif kepada masyarakat dalam meningkatkan perekonomian Indonesia melalui Bank BTPN. Yang salah satunya adalah Impementasi program Daya yang tersebar diberbagai wilayah di Indonesia yang dapat menjadi inspirasi bagi masyarakat untuk terus mengembangkan usaha-usaha kecil lainnya di berbagai wilayah di Indonesia. Tak hanya itu Perancangan buku Ilustrasi ini juga menampilkan berbagai *icon-icon* yang menjadi ciri khas dari berbagai wilayah di Indonesia, sehingga dapat memperkenalkan budaya Indonesia kepada *target audience*.

Dalam proses produksi pembuatan buku ilustrasi Berdaya untuk Nusantara ini terdapat beberapa kendala antara lain seperti foto-foto yang tidak begitu lengkap dan tidak terarsip dengan baik, sehingga diperlukan riset mendalam dari berbagai sumber seperti wawancara agar bisa dipahami dan diilustrasikan dengan baik dan sesuai dengan data yang ada. Sehingga Perancangan Buku Ilustrasi Berdaya untuk Nusantara ini diperlukan untuk menjadi pengarsipan dalam bentuk fisik yang dapat didistribusikan kepada *target audeince*, yang menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan citra positif perusahaan serta dapat menjadi inspirasi bagi masyarakat Indonesia untuk terus semangat mengembangkan perekonomian wilayah di Indonesia dan juga memperkenalkan beberapa budaya yang ada di Indonesia.

Daftar Pustaka

Adiwijaya Michael,(2009), *Analisa Strategi Reposisi Merek dalam Persaingan Pasar*, Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Alan Male. (2007). Illustration: A Theoritical & Contextual Perspective. SA: AVA Publishing.

Ensiklopedia Nasional Indonesia,(Jakarta: PT. Delta Pamungkas, 2004).

Ibrahim, Idi Subandy & Bachruddin Ali Akhmad (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Buku Obor.

Jaleen Grove. (2011). Evaluating Ilustration Aestetically: Points for consideration for those new to the field. Academia.

Kotler, (1992). Dasar-Dasar Pemasaran.Jakarta:PT Midas Surya Grafindo.

Maharsi, Indiria. 2016. "*Ilustrasi"*. Yogyakarta: Badan Penerbit ISI Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy,(2007), *Pemasaran Jasa*, Jakarta: Bayumedia Publishing.

Journal

Aaker, Jenninfer, I. (1997), *Dimensions of Brand Personality, Journal of Marketing Research.* Vol. 34, No. 3. 347.

BTPN Anual Report, (2018), *Menggandakan Kekuatan*.