

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI APLIKASI ONLINE TRADING BRIGHTS PADA PT BRI DANAREKSA SEKURITAS

Nisrina Noviana¹, Sugeng Indriyanto², Muryeti³

Desain Grafis, Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta

Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16424

nisrinanoviana@gmail.com

ABSTRAK

Diketahui masih banyak masyarakat kurang pengetahuan dan asing mengenai investasi pasar modal, hal ini disebabkan karena kurangnya promosi. Salah satunya, dengan cara mempromosikan pasar modal melalui produk aplikasi *online trading* BRIGHTS milik BRI Danareksa Sekuritas kepada masyarakat. Sehingga diharapkan masyarakat memahami bahwa berinvestasi di pasar modal itu mudah. Tujuan perancangan ini menjelaskan proses perancangan media promosi berupa poster mengenai aplikasi *online trading* BRIGHTS untuk PT BRI Danareksa Sekuritas dan menjelaskan prinsip dan elemen desain grafis yang digunakan dalam pembuatan perancangan media promosi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif melalui wawancara, penyebaran kuesioner online dan analisis SWOT (*Strenght, Weaknees, Opportunity, Threat*) serta proses kreatif berupa *design thinking*, pembuatan *mind map* dan *moodboard* untuk mendapatkan *key visual* yang sesuai dengan konsep desain, dilanjutkan dengan sketsa manual, sampai pada tahap finalisasi desain terpilih. Hasil yang didapat yaitu desain media promosi dengan media utama poster dengan konsep yang menunjukkan kesan *modern* dan *youthful* yang dikemas secara *fun* dan dinamis. Manfaat dari pembuatan desain media promosi ini agar perusahaan dapat menerapkan desain promosi yang telah dirancang dan meningkatkan penjualan. Selain itu, diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi, serta dapat membantu menjawab permasalahan yang dihadapi oleh klien.

Kata kunci: Media Promosi, Pasar Modal, BRIGHTS

ABSTRACT

It is known that many people are ignorant and foreign about capital market investment, especially millennials, this is due to a lack of promotion. By promoting the capital market through the online trading application owned by BRI Danareksa Sekuritas called BRIGHTS to public. So that people are expected that they will understand for investing in the capital market is easy. The purpose of this design is to explain the process of designing promotional media in the form of poster about application *online trading* BRIGHTS for PT BRI Danareksa Sekuritas and for explaining the principles and elements of graphic design used in my design media promotion. The methods that are used in this study is qualitative descriptive through *design thinking* method *design thinking*, interview, survey, distributing questionnaires online, SWOT analysis, and creative process such as *mind mapping* and *moodboard* to get some key visuals that suit the design concept. The result of this project is a design promotion with poster as the main idea that shows the impression of modern and youthful, packaged in fun and dynamic style. The benefits of making this design media promotion so that companies can implement this promotional design that have been designed and to increase sales. furthermore, i hope my design could be a source of information and reference, and so it can help answer the problems faced by clients.

Keywords: Media Promotion, Capital Market, BRIGHTS.

PENDAHULUAN

Pasar modal merupakan suatu tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dalam rangka memperoleh modal. Penjual merupakan perusahaan yang membutuhkan modal (emiten), sehingga mereka menjual efek-efek di pasar modal. Sedangkan pembeli (investor) pihak yang ingin membeli modal di perusahaan yang menurut mereka menguntungkan. BRI Danareksa Sekuritas merupakan perusahaan efek yang telah terafiliasi dengan Pemerintah melalui Kementerian BUMN dan telah mendapatkan izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sebagai *one-stop financial solution* dengan layanan dan program yang selalu berinovasi. Salah satunya dengan aplikasi *online trading system* bernama BRIGHTS. Aplikasi BRIGHTS memberikan akses transaksi perdagangan secara *real time* di pasar modal Indonesia serta memiliki fitur-fitur canggih yang akan membantu memudahkan melakukan investasi di pasar modal Indonesia.

Terdapat masalah mengenai kurangnya *brand awareness* perusahaan di masyarakat dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya investasi. Hal tersebut terjadi disebabkan oleh faktor, media promosi yang kurang menarik, dan kurang tepatnya pemilihan jenis media promosi. Sehingga, dengan mengkomunikasikan secara optimal keunggulan perusahaan melalui produk yang ditawarkan diharapkan dapat menjadi peluang besar BRI Danareksa Sekuritas untuk bersaing dengan para kompetitor dan dapat menjadi unggul.

Tujuan dilakukan kegiatan promosi oleh suatu perusahaan untuk memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli[1]. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan dalam menyampaikan, menyebarkan, dan menawarkan informasi mengenai produk atau jasa yang dijual untuk meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini mencakup pembuatan desain media promosi dalam bentuk cetak seperti poster, *standing banner*, *flyer* dan poster digital untuk kebutuhan media sosial[2]. Target utama pembuatan media promosi ini adalah masyarakat Indonesia, berdomisili di daerah perkotaan khususnya kaum milenial yang tertarik untuk memulai investasi dengan usia 18-35 tahun.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan konsep desain yang tepat dan sesuai sehingga tujuan dan targetnya dapat dicapai. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat dalam pembuatan desain media promosi PT. BRI Danareksa Sekuritas agar dapat menerapkan desain yang telah dirancang dan meningkatkan penjualan perusahaan pada perancangan media promosi ini menggunakan teori media promosi dan bauran promosi pemasaran.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam tugas akhir ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang bertujuan untuk mempelajari karakteristik dari objek penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam melakukan penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah data. Teknik Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan cara pengumpulan data berupa wawancara, studi literatur, serta kuesioner online.

Wawancara dilakukan dengan kepala divisi *alternative product & services* bapak Reiza dan wakil kepala *digital marketing* di divisi *consumer & retail distribution* mas William. Wawancara dilakukan di kantor BRI Danareksa Sekuritas, didapatkan data-data berupa product knowledge tentang BRI Danareksa Sekuritas dan SWOT. Penelitian lainnya dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada target konsumen. Data yang didapatkan adalah *consumer insight*. Setelah mendapatkan data primer dan sekunder, dilakukan analisa data. Metode analisa data, yang digunakan adalah metode analisa data kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode riset desain yang digunakan ada *design thinking*. *Design thinking* merupakan proses mengatasi masalah, digunakan untuk mencari sebuah solusi yang paling efektif dan efisien untuk memecahkan suatu masalah yang kompleks[3].

Gambar 1. *Design Thinking*

HASIL dan PEMBAHASAN

BRI Danareksa Sekuritas atau BRIDS merupakan pioneer perusahaan jasa keuangan yang bergerak di bidang pasar modal yang memiliki rekam jejak dan pengalaman panjang menangani transaksi pasar modal sebagai *broker*, *financial advisor* dan *underwriter* bagi nasabah individu, institusi, swasta serta pemerintah. Data yang didapat untuk mendukung perancangan ini yaitu berasal dari wawancara, penyebaran kuesioner *online*, dan studi literatur, dianalisis menggunakan metode SWOT serta diolah dalam bentuk arahan kreatif sebelum memasuki proses desain.

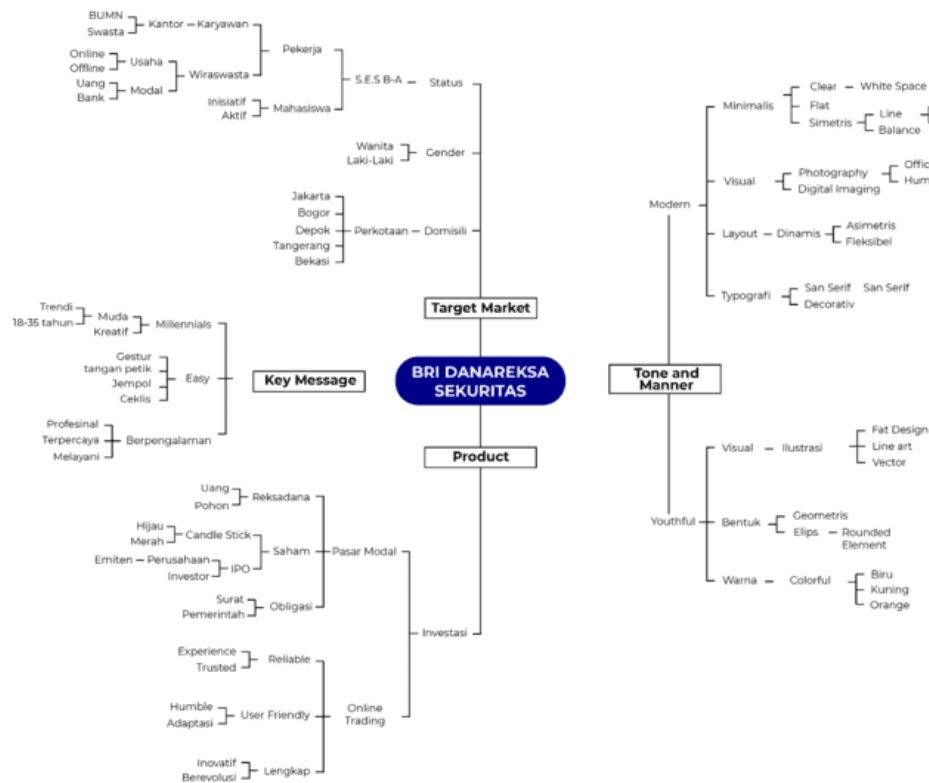
Setelah mendapatkan hasil analisis berdasarkan metode-metode penelitian kemudian dibuat menjadi matriks SWOT. Matriks SWOT yang telah dibuat, dihasilkan strategi dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Treath* yang dapat diterapkan pada pembuatan media promosi poster sebagai berikut:

Tabel 1. Matrix SWOT

SWOT	Strengths	Weaknesses
Opportunity	► Menunjukkan keunggulan dengan media promosi yang dirancang supaya dapat menarik target audiens milenial. ► Membuat rancangan media promosi yang informatif dan komunikatif sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat.	► Menfaatkan kemudahan mengakses internet untuk memperluas jangkaun promosi.
Threats	► Banyak tempat untuk melakukan investasi tetapi masih banyak yang belum terjamin keamanannya, BRIDS sudah dibawah pengawasan OJK.	► Meningkatkan inovasi promosi sehingga memiliki ciri kas dan berbeda agar dapat bersaing.

Mindmap

Setelah dilakukannya proses *Mind mapping* untuk mendapatkan hasil data sebagai perancangan media promosi dengan konsep yang berkesan *modern* dan *youthful*. Untuk mendapatkan kesan modern menggunakan font jenis sanserif, layout simetris untuk menimbulkan kesan modern dan penggunaan bentuk geometri, warna cerah dan tekstur pada poster dapat menimbulkan kesan *youthful*.



Gambar 1. *Mind mapping*

Moodboard

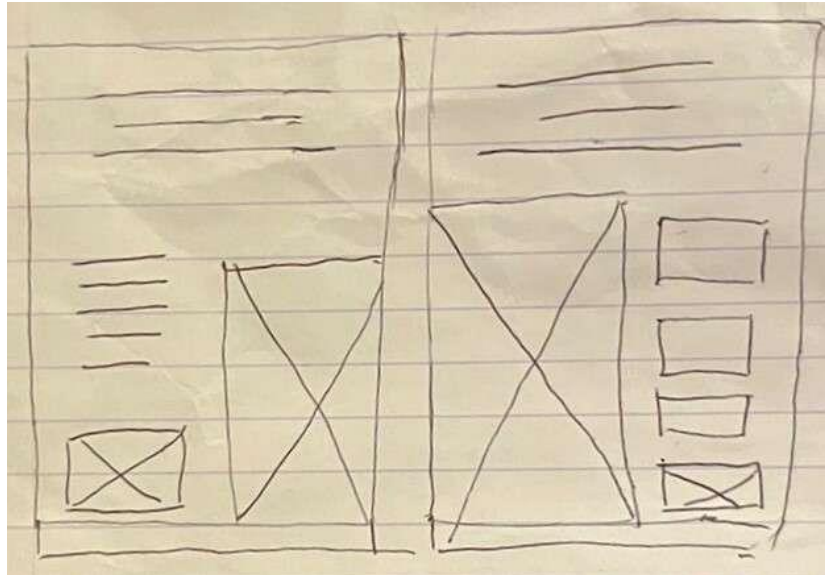
Dalam perancangan media promosi poster sebagai media utama, moodboard terdiri dari contoh atau referensi gambar diperlukan untuk menentukan konsep visual, seperti penentuan warna, bentuk, elemen visual, layout.



Gambar 3. Moodboard

Sketsa Manual

Setelah konsep visual sudah didapatkan, proses selanjutnya adalah pembuatan desain sketsa untuk mendapatkan gambaran elemen *layout*[4] dengan lebih jelas. Melakukan langkah ini akan membantu mempercepat proses pembuatan karya utama nantinya.



Gambar 3. Sketsa Manual

Desain Terpilih

Setelah melalui proses kreatif, maka terpilihlah satu desain yang mewakili konsep ide visual yang dirancang pada tahap awal proses desain, yaitu ingin menampilkan poster yang modern, *youthful*, dan informatif mencerminkan citra dari BRI Danareksa Sekuritas. Penggunaan gaya desain yang modern, ilustrasi foto model

dengan wajah ekspresif, serta *headline* yang menarik menjadi alasan kuat terpilihnya desain poster tersebut. Penggunaan ilustrasi foto model dengan wajah ekspresif mencerminkan citra dari BRI Danareksa Sekuritas. Kesan *youthful* dan *fun* diwujudkan melalui *headline* yang dibuat menarik dan menggunakan *layout* simetris dengan *copywriting* yang menjual keunggulan perusahaan melalui aplikasi *online trading* BRIGHTS. Jenis huruf yang digunakan menggunakan font sans serif dan *decorative* yang memberikan kesan *youthful*. Tata letak pada konsep ini menggunakan keseimbangan simetris dan *coloumn grid*. Warna didominasi oleh warna putih, biru, jingga. Golongan warna ini juga merupakan warna *corporate* dari BRI Danareksa Sekuritas.



Gambar 4. Desain Komprehensif

SIMPULAN

BRI Danareksa Sekuritas merupakan perusahaan efek dengan rekam jejak pengalaman terbanyak dalam menangani transaksi pasar modal yang sudah terafiliasi dengan pemerintah melalui Kementerian BUMN, dengan memberikan layanan terlengkap. Salah satunya dengan meluncurkan *online trading system* BRIGHTS. BRIGHTS adalah aplikasi *online trading* dengan teknologi terkini dan memiliki sejumlah fitur yang *user friendly* serta *reliable* untuk memberikan kenyamanan berinvestasi. Namun, terdapat kendala pada saat melakukan promosi dan bersaing mengingat banyaknya jenis usaha sejenis yang lebih dikenal dalam kalangan milenial sekarang.

Berdasarkan tahapan analisis data SWOT serta proses kreatif, ditemukan konsep visual utama yaitu kesan *modern* dan *youthful* yang dikemas secara *fun* untuk media promosi dengan media utama poster. Desain poster menggunakan font sans serif yang memberikan kesan modern serta menggunakan human fotografi dengan wajah yang ekspresif membuat pembaca menjadi mengerti pesan yang ingin disampaikan

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada keluarga yang memberikan dukungan moral dan finansial, kepada pihak PT BRI Danareksa Sekuritas khususnya Bapak Reiza selaku kepala

divisi *Alternative Product & Services* BRI Danareksa Sekuritas. Serta terima kasih kepada Bapak Drs. Sugeng Indriyanto dan Ibu Muryeti, M. Si selaku dosen yang telah membimbing proses perancangan dan penulisan yang selalu memberikan arahan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Comuncation*, 1st ed. 2009.
- [2] R. Yusantiar and D. W. Soewardikoen, "Perancangan Identitas Visual untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang," 2018, [Online]. Available: doi:10.33633/andharupa.v4i02.1626
- [3] A. Sabil Husein, *Metode Design Thinking untuk Inovasi*. Malang: UB Press, 2018.
- [4] Rustan, *Layout dasar dan penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017.