BAB II

ANALISA PERANGKO

1.1. Perangko Indonesia

Perangko adalah kertas kecil berperekat terdapat gambar didalamnya dan tertera nominal harga dan nama negaranya, sebagai bukti telah melakukan pembayaran untuk jasa layanan pos, seperti mengirimkan surat. Perangko ditempelkan pada amplop, kartu pos, atau benda pos lainnya sebelum dikirim. Pembayaran menggunakan perangko menjadi cara pembayaran yang paling populer saat itu.

Perangko pertama kali diperkenalkan pada tanggal 1 Mei 1840 di Britania Raya sebagai reformasi pos oleh Rowland Hill. Oleh karena itu sampai sekarang Britania Raya mendapat perlakuan khusus. Negara ini adalah satu-satunya negara yang tidak perlu mencantumkan nama negara di atas perangko. Sedangkan diterbitkannya pada tanggal 6 Mei 1840 dan merupakan perangko pertama dunia.

Pada tanggal 1 April 1864, Indonesia menerbitkan perangko pertama kali. Perangko Hindia Belanda yang baru lahir itu berwarna merah anggur dengan harga nominal 10 sen dan menampilkan gambar Raja Willem III .

Pada mulanya perangko hanya memuat gambar kepala negara (Raja dan Ratu), lambang negara atau angka yang menjukkan harga nominal saja, namun kemudian perangko memuat desain beraneka ragam.

Pada umumnya perangko dicetak oleh percetakan negara di Indonesia, perangko dicetak oleh Perum Peruri. Saat ini, pencetakan dilakukan dengan menggunakan mesin-mesin modern.

1.1.1. Masa Sekarang

Perangko adalah benda berharga disamping fungsi utamanya sebagai tanda pelunasan porto dan biaya pos, juga merupakan wahana untuk menyampaikan pesan mengenai berbagai kepentingan masyarakat, termasuk carik kenangan benda pos bercetakan perangko.

Di masa sekarang perangko di cetak dengan beragam jenis, ada yang berbentuk stiker, ada yang mengandung perekat di bagian belakangnya. Gambar yang di pakaipun sangat bervariasi, mulai dari gambar flora fauna yang dilindungi, olahraga skala internasional pun juga di jadikan gambar pada perangko.

Saat ini perangko terancam keberadaannya karena semakin banyaknya media–media elektronik yang bermunculan,sehingga masyarakat cenderung mengirim pesan melalui surat elektronik.

Kegunaan perangko saat ini bukan hanya untuk jasa pengiriman surat atau benda pos lainnya tetapi juga untuk sarana edukasi yang diharapkan menimbulkan daya tarik bagi masyarakat untuk lebih menggemari dunia filateli.

1.1.2. Perangko Seri Flora dan Fauna

Perangko seri flora dan fauna termasuk ke dalam perangko definitive. Perangko Definitif adalah perangko yang diterbitkan semata-mata untuk peniriman lewat jasa pos yang dapat dicetak ulang sesuai kebutuhan, tidak dibatasi masa jual dan masa laku, penghentian ditetapkan oleh Direktur Jenderal.

- **Masa Penerbitan**

  Dalam satu tahun sebanyak – banyaknya di terbitkan 1 (satu) seri.

- **Masa Jual Tahun Penerbitan**

  Masa jual dan masa laku tidak dibatasi.

- **Harga Jual**

  Harga jual perangko definitif, perangko non definitif, carik kenangan, benda pos bercetakan perangko dan buku perangko di loket kantor pos maupun pada loket filateli sesuai nilai nominal.

Perangko seri flora dan fauna tertentu dapat pula dicantumkan nama Latinnya, setelah mendapat persetujuan dari pakar fauna dan flora. Selama ini, Ditjen Postel banyak bekerja sama dengan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI).
Kita dapat melihat bentuk dan warna beragam tumbuhan dan hewan dengan namanya yang tercetak pada perangko itu. Hal itu tentu menambah pula pengetahuan kita.

Indonesia memang kaya flora dan fauna sederet rekor dan catatan kekayaan dimiliki oleh negeri ini. Namun Indonesia justru penyumbang laju kepunahan terbesar di dunia. Makin lama, semakin panjang daftar jenis flora-fauna Indonesia yang masuk dalam kategori terancam kepunahan.

Pada saat seperti ini Perum Peruri indonesia mengeluarkan perangko seri flora dan fauna tahun 2008 & 2009, hal ini dapat menjadi media informasi untuk masyarakat tentang keinndahan flora dan fauna yang ada di indonesia, khususnya keindahan flora dan fauna yang terancam keberadaannya. Selain untuk media informasi diharapkan juga bisa membuat perangko

berkembang lagi.

2.2. Target Audience

2.2.1. Target Primer

Demografis

a. Pelajar dan Umum
b. Usia : Remaja 14-18 tahun dan Dewasa 19-35 tahun
c. Sasaran Ekonomi : Bawah, Menengah, Atas
d. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
e. Agama : Semua agama yang ada di Indonesia

Psikografis

a. Secara psikologis segmentasi pasar yang di tujukan adalah sasaran yang menyukai benda-benda pos khususnya perangko.
b. Masyarakat yang ingin tahu keindahan flora dan fauna yang ada di Indonesia.

Geografis

Masyarakat yang berada di kota besar, khususnya Jakarta dan Bandung.

2.2.2. Target Sekunder

Segmentasi pendukung dari preancangan karya ini adalah masyarakat umum di Bandung meliputi wilayah Jawa Barat dan mereka yang tinggal di Indonesia umumnya.