1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Merek SOSRO yang sudah dikenal dimasyarakat, sebenarnya merupakan singkatan dari nama keluarga yaitu Sosrodjojo yang mulai merintis usahanya Teh Wangi Melati pada tahun 1940 di sebuah kota kecil di Jawa Tengah bernama Slawi. Teh Wangi Melati yang diperkenalkan pertama kali bermerek Cap Botol.

Pada tahun 1965, Teh Wangi Melati merek Cap Botol yang sudah terkenal di daerah Jawa mulai diperkenalkan di Jakarta.

Pada waktu itu teknik mempromosikan Teh Wangi Melati Merek Cap Botol di Jakarta dinamakan strategi promosi Cicip Rasa dimana secara rutin beberapa staf yang dikoordinir oleh bapak Soetjipto mendatangi tempat-tempat keramaian dengan menggunakan mobil dan alat-alat propaganda seperti memutar lagu-lagu untuk menarik perhatian dan mengumpulkan penonton. Setelah berhasil mengumpulkan penonton cukup banyak, penonton yang ada tersebut dibagikan secara Cuma-cuma sebagai contoh Teh Wangi Melati merek Cap Botol (Sekarang disebut teknik sampling). Selain itu, ada staf yang mendemonstrasikan cara menyeduh Teh Wangi Melati merek Cap Botol adalah Teh yang memiliki mutu dan kualitas yang baik. Teknik merebus Teh langsung di tempat keramaian itu ternyata membutuhkan waktu yang cukup lama, sehingga menimbulkan kendala. Penonton yang sudah berkumpul menjadi tidak sabar dan banyak yang meninggalkan arena demo sebelum sempat mencicipi seduhan teh tersebut.

Untuk menanggulangi kendala tersebut maka sebelum dibawa ke tempat keramaian Teh Wangi Melati Merek Cap Botol diseduh dahulu di kantor dan masukkan ke dalam panci untuk kemudian dibawa dengan kendaraan menuju tempat-tempat keramaian untuk dipromosikan. Namun ternyata teknik kedua ini juga masih mengalami kendala yaitu air teh yang dibawa panci banyak yang tertumpah sewaktu dalam perjalanan karena kondisi kendaraan dan jalan-jalan di Jakarta pada saat itu

belum sebaik sekarang. Akhirnya ditempuh cara lain, yaitu air teh yang telah diseduh dikantorkan kemudian ditaruh di dalam botol-botol bekas limun/kecap yang telah dibersihkan terlebih dahulu untuk selanjutnya dibawa ke tempat-tempat kegiatan promosi Cicip Rasa berlangsung, ternyata cara yang ketiga ini berjalan baik dan terus dipakai selama bertahun-tahun.

Teh Botol SOSRO

Setelah bertahun-tahun dilakukan teknik promosi Cicip Rasa, akhirnya pada tahun 1969 muncul gagasan menjual air teh siap minum dalam kemasan botol dengan merek Teh Botol SOSRO. Merek tersebut dipakai untuk mendompleng merek Teh seduh Cap Botol yang sudah lebih dulu populer dan mengambil bagian dan nama belakang keluarga Sosrodojo. Untuk kemunculan desain botol pertama adalah pada tahun 1970 dan desain botol tidak berubah, lebih dari 2 tahun. Untuk desain botol kedua yaitu pada tahun 1972 juga bertahan sampai 2 tahun. Dan pada tahun 1974, dengan didirikan PT. Sinar Sosro di kawasan ujung Menteng (waktu itu masuk wilayah Bekasi, tetapi sekarang masuk wilayah Jakarta), maka desain Teh Botol Sosro berubah dan bertahan sampai sekarang. Pabrik tersebut, merupakan pabrik Teh siap minum dalam kemasan botol pertama di Indonesia dan pertama di dunia

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana menciptakan perancangan Desain Grafis yang efektif dan efisien penunjang promosi produk Teh Botol Sosro.

1.3. Tujuan dan Manfaat Perancangan.

1.3.1 Tujuan Perancangan.

Membuat Desain / layout promosi iklan yang menciptakan ciri khas tertentu dan mampu menarik konsumen.

1.3.2 Manfaat Perancangan.

a) Bagi Produsen

Supaya kita mampu menarik konsumen lebih banyak lagi, dengan adanya sarana promosi atau iklan yang merupakan hasil perancangan tersebut.

b) Bagi Masyarakat Konsumen

Supaya konsumen dapat memahami dan mengerti tentang Produk atau barang

yang ditawarkan perusahaan Teh Botol Sosro, sehingga pada akhirnya konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

c) Bagi Mahasiswa

Supaya mahasiswa mampu memahami sebuah perancangan karya desain grafis untuk promosi atau periklanan suatu produk, sekaligus sebagai sarana persiapan mahasiswa masuk ke dalam dunia kerja.

1.4 Ruang Lingkup Perancangan

Karya desain grafis yang akan dibuat:

a) Poster

Poster adalah sebuah tanda yang diletakkan di tempat umum sebagai sarana iklan, promosi atau pemberitahuan tentang sesuatu. Poster berfungsi untuk mempromosikan sebuah produk sehingga orang atau masyarakat mengetahui tentang produk yang sedang di iklankan.

Peranan :

- Dilihat dari segi ukuran poster memiliki ukuran yang lebih kecil sehingga menjadi lebih fleksibel dari billboard sehingga dapat menempati ruang yang lebih kecil di bandingkan billboard.
- Dapat menyampaikan informasi dalam bentuk gambar dan tulisan yang dituangkan ke dalam poster.

Poster Teh Botol Sosro akan diletakkan di sekolah, kampus, dan jalan raya. Karena target segmen pasar Teh Botol Sosro adalah semua golongan masyarakat.

b) Billboard

Billboard adalah sebuah papan datar berukuran besar dimana sebuah iklan atau pesan tentang sebuah acara atau produk akan diletakkan. Biasanya papan yang berukuran besar ini diletakkan diluar mangan sehingga memudahkan semua orang untuk melihat dan membacanya.

Peranan :

- Karena ukurannya besar dan diletakkan di tempat yang strategis contohnya jalan raya, maka akan menarik banyak orang terutama pengguna jalan maupun pejalan kaki agar mengerti maksud dari informasi yang disampaikan oleh iklan tersebut.

Billboard Teh Botol Sosro akan diletakkan di jalan raya utama kota karena dengan berada disana billboard akan berfungsi secara maksimal. Ini disebabkan banyak pengguna jalan dan pejalan kaki yang melewati jalan tersebut sehingga penggunaan billboard efisien.

c) Iklan Koran

Iklan Koran atau Majalah adalah sebuah informasi yang berupa tulisan dan gambar yang ada di koran.

Peranan :

- Untuk penyebaran informasi yang lebih luas.

Iklan teh Botol Sosro akan di iklankan di koran Jawa Pos, karena penyebaran Jawa Pos diseluruh pulau Jawa.

d) Brosur

Brosur adalah sebuah selebaran atau buku yang hanya terdiri dari beberapa lembar saja.

Peranan:

- Memberikan informasi dengan jelas tentang produk yang akan ditawarkan.

Brosur Teh Botol Sosro akan dibagikan di sekolah-sekolah,kampus, dan pameran Teh Botol Sosro untuk memperjelas informasi tentang produk kepada semua orang yang membacanya.

e) Kalender Promosi

Kalender Promosi adalah iklan yang diletakkan didalam kalender sebagai penunjang saran promosi.

Peranan :

- Dapat memberikan informasi efektif selama satu tahun dan juga sebagai sarana promosi tentang produk yang akan kita tawarkan.

Kalender Teh Botol Sosro akan diberikan kepada distributor yang kemudian akan dibagikan kepada para komsumen Teh Botol Sosro.

f) Cover Ban

Cover Ban adalah penutup atau pembungkus ban cadangan mobil.

Peranan :

- Untuk memberikan informasi kepada pengguna jalan dan pengendara jalan yang lain.

g) Hanging Mobile

Hanging Mobile adalah media promosi yang penempatannya digantung, bahan yang biasanya digunakan adalah kertas dan plastik.'

Peranan :

- Mampu menginformasikan produk perusahaan

Menarik perhatian kalayak untuk membacanya karena dapat berputar dan modelnya unik.

Hanging Mobile Teh Botol Sosro akan dipasang dikantin sekolah dan kantin kampus.

¹ Wicaksono, Nurhadi, dkk. Kamus Istilah perikalanan Indonesia. P.T. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 2001.Hall73