

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kata komunikasi berasal dari kata *communicatio* yang berarti “pertukaran pemberitahuan”. Secara garis besar didalam komunikasi terdapat unsur - unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikasi (penerima pesan). Proses komunikasi sendiri dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan dan pengirim pesan sebagai komunikator dan penerima sebagai komunikan. Dalam proses komunikasi tersebut adalah bertujuan untuk saling pengertian (*mutual-understanding*) antara kedua pihak yang melakukan komunikasi.

Komunikasi massa merupakan alat propaganda dimana dalam operasionalnya melibatkan organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (publik). Organisasi - organisasi media ini akan menyebarkan pesan - pesan yang akan mempengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat. Dalam komunikasi massa, media massa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak.

Media merupakan bentuk jamak dari kata *medium*. Dalam ilmu komunikasi, media bisa diartikan sebagai saluran, sarana penghubung dan alat - alat komunikasi. Kalimat media sebenarnya berasal dari bahasa latin yang secara harafiah mempunyai arti perantara atau pengantar. Sehingga media adalah perantara pesan dari pemberi pesan kepada penerima pesan. Selain digunakan sebagai sarana penyampaian pembelajaran yang utuh, media juga dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan bagian tertentu dari kegiatan pembelajaran, misalnya memberikan penguatan maupun motivasi. Secara umum, media dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu bentuk media cetak dan media elektronik.

Media promosi adalah sarana mengomunikasikan suatu produk atau jasa atau brand atau perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi yang paling tua adalah dari mulut ke mulut, dilanjutkan dengan media promosi konvensional berupa: brosur, poster, katalog, pamflet, booklet, spanduk, billboard, banner, flyer, reklame, kartu nama, iklan TV, radio, media cetak (koran/ majalah) dan sebagainya. Media promosi tersebut berkembang dengan maraknya promosi ranah digital seperti promosi melalui jejaring sosial di *Facebook* dan *Twitter*. Namun, tidak satupun media yang benar-benar dikategorikan mutlak dari segi ketepatan dan efektivitas. Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

*Corporate Identity* pada suatu perusahaan yang membentuk *image* sangat diperlukan untuk tetap menarik perhatian *customer* atau *client*.

Terlebih di era globalisasi ini yang kian bersaing ketat di berbagai belahan dunia yang memungkinkan meluasnya penyampaian informasi di berbagai pelosok di belahan dunia sehingga sangatlah penting untuk menciptakan identitas satu perusahaan agar tetap eksis dan *survive* dalam persaingan yang mengglobal ini. *Image* suatu perusahaan sangat penting dalam menentukan satu tujuan menuju keberhasilan. *Image* grafis tersebut berguna sebagai sarana untuk melakukan promosi, menyampaikan visi dan misi yang menggambarkan filosofi dari organisasi atau perusahaan agar lebih mudah di ingat oleh masyarakat dan memberikan citra positif kepada masyarakat.

PT Sinar Sosro merupakan perusahaan yang berdiri pada tahun 1974 dan bergerak di bidang minuman ringan, terutama yang berbahan dasar teh. PT Sinar Sosro merupakan perusahaan minuman teh siap minum dalam kemasan botol yang pertama di Indonesia dan di dunia. Perusahaan ini memproduksi minuman teh dalam botol yang bernama Teh Botol, *Joy Green Tea*, *Fruit Tea*, *Tebs* dll.

Keberhasilan Sosro tidak lepas dari brand “Teh Botol” yang didapatkannya. Berikutnya Sosro semakin kuat karena jaringan distribusi Teh Botol yang sangat kuat sampai di titik akhir pelosok. Persis seperti Aqua dengan air putihnya, pemain lain terlambat masuk di segmen teh dalam botol, karena menganggap remeh ide air teh masuk dalam botol.

Berdasarkan pengalaman dan penelitian penulis yang masih kurang dari Teh Botol adalah upaya-upaya mempertahankan image secara *above the line*. Upaya iklan di media massa, *event*, maupun

promosi yang akan terus membuat teh botol tertancap di kepala konsumen masih jarang dilakukan. Terkesan Teh Botol merasa sudah besar dan yakin dengan penetrasi produk yang telah dilakukannya sehingga tidak perlu lagi melakukan promosi *above the line* secara intensif. Dengan permasalahan yang ada, penulis ingin membuat *redesign Corporate Identity* berikut semua media promosinya dengan tujuan selain sebagai karya untuk Tugas Akhir, juga untuk mencoba memvariasikan *Corporate Identity* yang sudah ada di Indonesia.

## 1.2. Penegasan Makna Judul

Pada perancangan Tugas Akhir ini penulis mengangkat permasalahan yang berhubungan dengan *image* perusahaan. Adapun judul dari Tugas Akhir ini adalah Perancangan Corporate Identity (CI) PT. Sinar Sosro Sebagai Perusahaan Pertama di Indonesia yang memproduksi Minuman Teh Siap Minum dalam Kemasan yang Dapat Memberikan Kesegaran. Merupakan judul dari Tugas Akhir dimana artinya serta makna yang terkait dapat dinyatakan sebagai berikut :

**Perancangan** : Merupakan suatu proses perencanaan yang harus dilakukan untuk melakukan suatu pekerjaan. Suatu perancangan harus disusun dengan baik dengan pertimbangan dan pemikiran yang matang agar memberi hasil yang memuaskan. Merancang berarti menyusun rencana secara seksama untuk menyempurnakan suatu karya atau tugas.

**Material** : Material merupakan komponen - komponen atau bahan-bahan yang disatukan atau di kumpulkan sehingga membentuk sebuah karya atau tujuan tertentu yang digunakan untuk membuat suatu produk yang akan di produksi oleh perorangan, lembaga dan perusahaan.

**Promosi** : Merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadikan sebagai daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah branding perusahaan tercipta.

**Produk** : Merupakan kumpulan dari banyak material yang nyata maupun tidak nyata yang di produksi oleh industri atau perusahaan untuk tujuan tertentu, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merk ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

**PT Sinar Sosro** : Merupakan perusahaan yang bergerak di bidang minuman ringan, terutama yang berbahan dasar teh. PT Sinar Sosro merupakan perusahaan minuman teh siap minum dalam kemasan botol yang pertama di

Indonesia dan di dunia. Perusahaan ini memproduksi minuman teh dalam botol yang bernama Teh Botol, *Joy Green Tea, Fruit Tea, Happy just, S-tee* dll.

### **1.3. Batasan Masalah**

Dikarenakan permasalahan yang ada sangat luas maka penulis memberikan batasan masalah dalam perancangan agar dapat fokus pada permasalahan yang lebih spesifik dan tidak keluar jauh dari permasalahan utama yang diangkat. Oleh karena itu, penulis membuat batasan masalah bahwa penulis hanya akan fokus mengenai bagaimana cara mere-desain Corporate Identity PT. Sinar Sosro Sebagai Perusahaan Pertama di Indonesia yang Memproduksi Minuman Teh Siap Minum Dalam Kemasan yang Dapat Memberikan Kesegaran, yang sudah ada agar terlihat lebih menarik.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dengan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka rumusan masalahnya dapat dinyatakan sebagai berikut : bagaimana caranya membuat *corporate identity* yang memvisualisasikan sebagai minuman teh dalam kemasan yang menggambarkan *image* kesegaran dengan menggunakan elemen-elemen grafis yang mendukung seperti daun teh sehingga masyarakat tertarik untuk melihatnya?

## 1.5. Asumsi Dasar

Berdasarkan pada penilaian dan pengalaman penulis terhadap perusahaan serupa, masalah pertama yang ditemukan oleh penulis ialah perusahaan sebesar PT Sinar Sosro, image grafisnya kurang mendukung, bahkan jauh tertinggal dari perusahaan yang lebih kecil darinya.

Kegiatan perancangan ini nantinya akan melibatkan berbagai media promosi yang disebut *corporate identity*. Dalam penjabarannya memfokuskan tentang posisi keberadaan perusahaan PT Sinar Sosro di Indonesia. Wujud *corporate identity* ini akan diolah sedemikian rupa dari berbagai komponen dan elemen desain sehingga menghasilkan karya yang inovatif dimana pesan yang ingin disampaikan mencerminkan identitas PT Sinar Sosro.

## 1.6. Tujuan

Tujuan penulis kenapa ingin membuat Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Corporate Identity (CI) PT. Sinar Sosro Sebagai Perusahaan Pertama di Indonesia yang memproduksi Minuman Teh Siap Minum dalam Kemasan yang Dapat Memberikan Kesegaran adalah sebagai berikut:

- (1) Sebagai syarat kelulusan dan perolehan gelar kesarjanaan dari perkuliahan Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul.

- (2) Memberikan warna lain dalam menciptakan *corporate identity* perusahaan di Indonesia, sehingga nantinya akan timbul keanekaragaman dalam konsep grafis suatu perusahaan di Indonesia.
- (3) Menggunakan segala kemampuan yang didapat selama menempuh pendidikan di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul dan dibentuk dalam penciptaan tugas akhir ini, hingga nantinya karya tersebut dapat bermanfaat bagi masyarakat khususnya dan pada instansi pendidikan pada umumnya.
- (4) Sebagai tolak ukur mahasiswa baik secara teoritis maupun praktis dalam bidang desain komunikasi visual pada institusi Universitas Esa Unggul.

## **1.7. Manfaat**

Penulis juga mendapatkan manfaat dalam proses pembuatan corporate identity PT Sinar Sosro yang dapat diuraikan sebagai berikut :

### **1.7.1 Manfaat Bagi Institusi**

- (1) Dapat meningkatkan kerjasama antara institusi dengan instansi atau perusahaan tersebut serta sebagai tolak ukur pembelajaran sejauh mana ilmu yang di dapat mahasiswa selama perkuliahan.

- (2) Mencetak sarjana - sarjana yang sudah siap untuk bekerja di sebuah perusahaan.

### **1.7.2 Manfaat Bagi Perusahaan**

- (1) Mendapat tenaga kerja muda yang *fresh* yang dapat membantu perusahaan mendapatkan alternatif - alternatif baru yang dapat dipilih perusahaan dalam menentukan ide maupun desain.
- (2) Sebagai masukan bagi perusahaan dalam pengembangan ke arah yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan itu sendiri.

### **1.7.3 Manfaat Bagi Masyarakat**

Manfaat bagi masyarakat profesi yakni bisa menjadi bahan referensi dalam berkarya dan pertimbangan dalam merancang konsep karya yang sejenis.

## **1.8. Metode Perancangan**

Tentu dalam proses perancangan sebuah karya, perlu adanya metode perancangan. Biasanya metode perancangan terdiri dari metode pengumpulan data dan metode analisa data. Penjelasan lebih detail adalah sebagai berikut:

### **1.8.1. Metode Pengumpulan Data**

Dalam metode pengumpulan data, terbagi lagi menjadi tiga bagian, yaitu data lapangan, data kajian literatur, dan data kajian karya komunikasi visual acuan, berikut adalah penjelasannya:

#### **1.8.1.1. Data Lapangan**

Merupakan bahan dasar dari informasi yang bisa mewakili sebuah benda, tindakan, atau fakta. Berarti data lapangan adalah sebuah informasi yang didapat dengan cara turun langsung ke tempat yang sesungguhnya. Dengan melakukan kegiatan tersebut, penulis bisa mendapatkan data atau informasi yang akurat tentang tema yang sedang diangkat. Untuk lebih detailnya terdapat penjelasan sebagai berikut:

##### **(1) Data Observasi**

ialah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung di lapangan atau lokasi penelitian. Dalam hal ini, penulis dengan berpedoman kepada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian yaitu kantor pusat PT Sinar Sosro di Jl. Sultan Agung KM 28 Kel. Medan Satria Bekasi, Jawa Barat 17132 untuk mengamati langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan. Selain itu penulis juga perlu mengamati tentang pemasaran produk-produk dari PT. Sinar Sosro di lingkungan masyarakat,

seperti di pameran-pameran (event) dan di masyarakat itu sendiri. Penemuan ilmu pengetahuan selalu dimulai dengan observasi dan kembali kepada observasi untuk membuktikan kebenaran ilmu pengetahuan tersebut.

## **(2) Data Wawancara**

Wawancara merupakan alat *re-checking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, data yang diperoleh terdiri dari kutipan langsung dari orang-orang tentang pengalaman, pendapat, perasaan dan pengetahuan informan penelitian. Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Informan penelitian ini meliputi beberapa macam seperti :

- 1) Informan Kunci (Key Informan), yaitu narasumber atau seseorang yang dianggap ahli dan paling kredibel dengan masalah pokok penelitian karena pemahamannya akan informasi atau data mengenai hal-hal yang diteliti.
  - a) *Key informan* yang pertama ialah Bapak Joseph S.Sosrodjojo selaku Presiden Direktur PT. Sinar Sosro, Tbk. Dari beliau penulis banyak

mendapatkan informasi tentang perusahaan ini yang akurat dan tidak ada di media manapun. Beliau juga bercerita sedikit tentang etos kerja yang dimiliki dari keluarga Sosrodjojo yang begitu gigih, disiplin dan sikap kekeluargaan (musyawarah) dalam membangun perusahaan PT. Sinar Sosro ini yang merintis dari awal sampai menjadi salah satu perusahaan besar di Indonesia.

- b) *Key informan* yang kedua ialah Ibu Astrie Sibahari Pramesty sebagai *Supervisor Marketing Communication* PT. Sinar Sosro, Tbk. Dalam wawancara penulis juga cukup mendapatkan informasi tentang data pemasaran, pendistribusian dan kegiatan aktivitas pendukung seperti *event brand* PT. Sinar Sosro dsb.
- 2) *Informan* utama, ialah mereka yang dianggap orang terdekat yang terlibat langsung dalam interaksi sosial terhadap masalah yang diteliti.
  - a) *Informan* yang pertama ialah Bapak Helmy Gunawan sebagai *Senior Promotion Support* PT. Sinar Sosro, Tbk. Dari beliau penulis mendapatkan informasi terhadap gencarnya promosi yang dilakukan PT Sinar Sosro seperti : *pre event Java Jazz on the Move* Tebs 2012, Sekolah Sehat Sosro, Kantin *Gokil Activation*, *Happy Just goes to school* dan *mobile selling* Fruit tea dll.
  - b) *Informan* yang kedua ialah dari lingkungan masyarakat, untuk mengetahui respon masyarakat terhadap produk-produk PT Sinar Sosro. Respon masyarakat terhadap minuman teh sangatlah kritis

namun salah satu produk dari PT Sinar Sosro yaitu Teh Botol Sosro sangat mendapatkan respon yang positif di masyarakat, menurut mereka selain Teh Botol Sosro merupakan *brand* yang sudah lama dan terpercaya juga rasanya yang khas dan sudah terlanjur *familiar* di lidah masyarakat Indonesia yang akan sulit tergantikan.

### **(3) Data Kuisisioner**

Metode pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek penelitian untuk dijawab sesuai dengan keadaan subjek yang sebenarnya. Yang dapat dijangkau dengan menggunakan kuesioner adalah mengenai diri responden, dengan asumsi bahwa respondenlah yang paling mengetahui tentang dirinya dan pengalamannya sendiri, bahwa apa yang dinyatakan oleh responden kepada peneliti adalah benar, bahwa penafsiran subjek terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepadanya adalah sama dengan yang dimaksudkan oleh peneliti.

Dalam perancangan penelitian kualitatif, metode kuesioner tidak terlalu penting karena dianggap kurang akurat dalam pengumpulan informasi. Kegiatan ini sebenarnya bisa saja dipergunakan sebagai salah satu cara untuk pengumpulan data. Namun jika observasi dan wawancara sudah bisa menghasilkan informasi yang diharapkan penulis, maka kegiatan kuesioner tidak akan dilakukan. Oleh karena itu, penulis tidak melakukan kegiatan tersebut, karena data yang sudah didapat oleh

penulis pada saat melakukan observasi dan wawancara sudah sangat lebih dari cukup untuk bisa membuat sebuah karya corporate identity untuk Tugas Akhirnya sekarang ini.

### **1.8.1.2. Data Kajian Literatur**

Pengertian literatur adalah bahan atau sumber ilmiah yang biasa digunakan pada saat membuat sebuah karya tulis atau kegiatan ilmiah lainnya. Bentuk dari literatur bisa softcopy atau hardcopy. Yang dimaksud softcopy adalah ebook atau artikel dalam blog atau situs, sedangkan hardcopy bisa berupa buku, majalah, dan koran. Namun disini penulis membaginya menjadi tiga, yaitu media cetak, media elektronik, dan dokumentasi, berikut adalah penjelasan lebih lengkapnya:

#### **(1) Media Cetak**

Secara umum, media cetak adalah bahan kajian literatur yang paling banyak digunakan, karena media cetak memiliki bentuk fisik (nyata) dan lebih mudah untuk mempertanggung jawabkan atas isi dari media cetak, baik dari si pembuat dan orang yang mengutip isi dari media cetak tersebut.

Salah satu literatur penulis dalam Tugas Akhir ini adalah buku yang berjudul “Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi” yang ditulis oleh

Drs. Tommy Suprpto. Dalam buku tersebut menjelaskan teori-teori komunikasi dan cara manajemen komunikasi.

Ada juga buku dengan judul "Teori Komunikasi Massa" yang ditulis oleh M. Husseyn Umar. Isi dari buku ini adalah membahas secara teoritis dan praktis tentang penggunaan komunikasi massa, baik dari penjelasan tentang cara menggunakan komunikasi massa dan juga efeknya komunikasi massa yang dilakukan pada zaman sekarang ini.

Berikutnya adalah buku berjudul "Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan", karya tulis dari Firsan Nova. Di dalam buku itu membahas bagaimana penggunaan media massa bisa menjadi sangat penting karena mampu memberikan dampak dominan bagi tiap individu pada informasi yang telah didapat.

Selanjutnya buku "Periklanan dan Media Promosi" karangan Terence A. Shimp. Buku tersebut menerangkan pentingnya media promosi untuk mengiklankan suatu produk, jasa, brand atau perusahaan agar dapat dikenal oleh masyarakat atau calon konsumen secara luas.

Selain itu buku dengan judul "Panduan Praktis Mendesain Corporate Identity" karya Island Script (Ees) juga sangat membantu penulis dalam literturnya, buku ini menjelaskan secara lengkap dan menyeluruh tentang corporate identity suatu perusahaan.

Beberapa literatur media cetak di atas belum semuanya disebutkan, karena nanti pasti akan adanya penambahan-penambahan

disaat penulis mengerjakan karya Tugas Akhir nanti. Literatur tersebut akan menjadi salah satu bagian dari patokan untuk penulis dalam penulisan laporan dan penciptaan Tugas Akhir.

## **(2) Media Elektronik**

Media elektronik merupakan media yang muncul setelah media cetak. Walaupun muncul media elektronik tidak dengan sendirinya mematikan media cetak. Antara media cetak dan media elektronik saling melengkapi. Bahkan isi media elektronik sebagian diambil dari media cetak dan isi media cetak kerap membahas apa yang disajikan media elektronik seperti radio, televisi, *handphone* dsb.

Disamping mempunyai kelebihan yang tidak didapat dari media cetak, ketiga media elektronik tersebut memiliki kelemahan, yaitu informasi yang disajikan umumnya lebih ringkas. Selain itu, jika kita terlewat dalam penerimaan suatu pesan, kita tidak bisa mengulanginya lagi. Berbeda dengan media cetak, yang dapat dibaca berulang-ulang, jika ada bagian yang belum/tidak begitu kita pahami. Surat kabar dapat kita baca kapan saja kita mau.

Dalam media literatur elektronik, data yang didapat oleh penulis salah satunya berasal dari blog milik personal ataupun non-personal. Salah satunya adalah Charles Jansens, yang membahas tentang pentingnya *corporate identity* dalam perusahaan di situs

<http://istanadesign.com/articles/manfaat-dan-pentingnya-corporate-atau-brand-identity-logo/>.

Selain itu dari Akarapi Indonesia yang membahas penerapan CI dalam situs <http://desainlogodesign.com/paket-design-corporate-identity/ciri-ciri-corporate-identity-yang-baik-dan-profesional-serta-aplikasinya>.

Juga dari Hendry tentang metode pengumpulan data dalam situs <http://teorionline.wordpress.com/service/metode-pengumpulan-data/>.

### **(3) Dokumentasi**

Dokumentasi ialah kegiatan menyediakan keterangan-keterangan dalam bentuk dokumen baru dengan proses pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam berbagai bidang tentang pengetahuan dalam arti luas sebagai hasil kegiatan manusia. Dapat diaplikasikan pada segala benda yang berbentuk barang, gambar, ataupun tulisan sebagai bukti dan dapat memberikan keterangan yang penting dan absah.

Dengan demikian penulis mencoba mencari data dalam bentuk dokumentasi yang dimiliki oleh PT Sinar Sosro untuk dijadikan beberapa dokumentasi yang bisa menjadi referensi bagi penulis, ada yang berbentuk tulisan, video dan juga foto. Dari semua data tersebut, diharapkan nantinya penulis akan menjadi lebih mudah dalam

menghasilkan sebuah karya audio visual pada Tugas Akhir ini, dan akhirnya lulus dari masa perkuliahan pada saat ini.

### **1.8.1.3. Data Kajian Karya Komunikasi Visual Acuan**

Data kajian karya komunikasi visual acuan nantinya akan dijadikan sebagai pembanding sekaligus referensi data oleh penulis adalah karya yang pernah dibuat di perusahaan-perusahaan besar dengan mengedepankan nilai kredibilitas kualitas CI yang cukup baik, dikarenakan Tugas Akhir penulis adalah membuat suatu *image* grafis salah satu perusahaan terbesar di Indonesia.

- 1) Acuan pertama yang digunakan penulis ialah perusahaan Ecolic Supplies, perusahaan yang bergerak di bidang penjualan *stationery* dan alat tulis kantor (ATK) dalam partai besar di Birmingham, Inggris.
- 2) Acuan kedua yang di gunakan penulis yaitu perusahaan Twinings, perusahaan penjual teh yang dimiliki oleh Associated British Foods, Britania Raya. Perusahaan ini didirikan tahun 1706 oleh Thomas Twining. Saat ini Twinings menjual produknya ke lebih dari 50 negara di seluruh dunia.
- 3) Acuan ketiga ialah perusahaan *travel* dalam kota Sieradz, Polandia yang mengekspos lebih dalam tentang keindahan panorama kota sieradz.

Gambar 1.1  
 BEBERAPA ACUAN CORPORATE IDENTITY



## (1) Alasan Pemilihan

Alasan pemilihan visual yang diambil penulis dari karya diatas adalah karena terinspirasi dengan gaya desainnya grafisnya yang banyak menggunakan perintah *path tool* ulir seperti gelombang air pada setiap desainnya sehingga terkesan dinamis. Perpaduan elemen-elemen desainnya juga cukup sesuai dengan tema yang diangkat penulis seperti daun dan gelombang air sehingga penulis ingin memadukan visual

ketiganya dan menjadikan sebagai referensi untuk divisualisasikannya kedalam Tugas Akhirnya yaitu CI PT Sinar Sosro.

## **(2) Keistimewaan / Keunikkan / Khusus**

Keunikannya terdapat pada elemen grafis yang berbeda dengan *corporate identity* di Indonesia pada umumnya, yaitu dipenuhi dengan *vector* daun yang dikreasikan dalam berbagai macam bentuk, karena produknya teh desainnya banyak menggunakan elemen-elemen *vector* daun agar menguatkan *image* teh dalam *corporate identity*-nya. Selain itu penggabungan antara ilustrasi (*vector*) dengan foto juga menjadi daya tarik tersendiri yang belum banyak ditemukan di Indonesia.

### **1.8.2. Metode Analisa Data**

Tujuan dari analisa data adalah untuk mendapatkan informasi relevan yang terkandung di dalam data tersebut, dan menggunakan hasil analisa untuk memecahkan suatu masalah. Oleh sebab itu, penulis melakukan tiga cara untuk memecahkan permasalahan yang sedang diangkat dalam Tugas Akhirnya, yaitu dilakukannya metode analisa kuantitatif, analisa SWOT, dan sintesis. Berikut adalah penjelasan dan pembahasan lebih detail dari ketiga cara tersebut :

### 1.8.2.1. Metode Analisa Kualitatif

Dalam pendekatan metode kualitatif perhatian dipusatkan kepada prinsip umum yang mendasari perwujudan dan satuan gejala yang ada dalam kehidupan manusia atau pola yang ada. Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif berbeda dengan pendekatan kuantitatif, dalam metode ini pengumpulan data dengan melakukan wawancara merupakan andalannya. Wawancara dilakukan secara mendalam dengan ahlinya yaitu informan kunci dan informan lainnya sebagai pendukung, mereka adalah orang-orang yang sangat erat hubungannya dan dianggap mengetahui secara kompleks permasalahan yang sedang dibahas. Pendekatan metode kualitatif ini mampu mengungkap permasalahan secara sistematis dan mampu mengungkapkan kejadian yang sebenarnya sehingga akan sulit ditolak kebenarannya.

Sedangkan dalam metode analisa kuantitatif sistem pengumpulan datanya lebih mengandalkan kuesioner, yang mana terkesan subjektif dan diragukan kebenarannya karena bukan berdasarkan orang-orang yang ahli dalam permasalahan yang diangkat. Oleh karena itu penulis lebih memilih menggunakan metode analisa kualitatif dalam Tugas Akhirnya.

Dalam melakukan analisa kualitatif terhadap permasalahan yang sedang dibahas, penulis melakukannya wawancara mendalam, berikut penjelasannya : Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang

yang diwawancarai, data yang diperoleh terdiri dari kutipan langsung dari orang-orang tentang pengalaman, pendapat, perasaan dan pengetahuan *informan* penelitian. *Informan* penelitian adalah orang yang memberikan informasi yang diperlukan selama proses penelitian. *Informan* dalam penelitian ini meliputi beberapa macam seperti :

- 1) *Informan Kunci (Key Informan)*, yaitu narasumber atau seseorang yang dianggap ahli dan paling kredibel dengan masalah pokok penelitian karena pemahamannya akan informasi atau data mengenai hal-hal yang diteliti.
  - a) *Key informan* yang pertama ialah Bapak Joseph S.Sosrodjojo selaku Presiden Direktur PT. Sinar Sosro, Tbk. Dari beliau penulis banyak mendapatkan informasi tentang perusahaan ini yang akurat dan tidak ada di media manapun. Beliau juga bercerita sedikit tentang etos kerja yang dimiliki dari keluarga Sosrodjojo yang begitu gigih, disiplin dan sikap kekeluargaan (musyawarah) dalam membangun perusahaan PT. Sinar Sosro ini yang merintis dari awal sampai menjadi salah satu perusahaan besar di Indonesia.
  - b) *Key informan* yang kedua ialah Ibu Astrie Sibahari Pramesty sebagai Supervisor Marketing Communication PT. Sinar Sosro, Tbk. Dalam wawancara penulis juga cukup mendapatkan informasi tentang data pemasaran, pendistribusian dan kegiatan aktivitas pendukung seperti event brand PT. Sinar Sosro dsb.

- 2) *Informan* utama, ialah mereka yang dianggap orang terdekat yang terlibat langsung dalam interaksi sosial terhadap masalah yang diteliti.
- a) *Informan* yang pertama ialah Bapak Helmy Gunawan sebagai Senior Promotion Support PT. Sinar Sosro, Tbk. Dari beliau penulis mendapatkan informasi terhadap gencarnya promosi yang dilakukan PT Sinar Sosro seperti : *pre event Java Jazz on the Move Tebs 2012*, Sekolah Sehat Sosro, Kantin *Gokil Activation*, *Happy Just goes to school* dan *mobile selling* Fruit tea dll.
- b) *Informan* yang kedua ialah dari lingkungan masyarakat, untuk mengetahui respon masyarakat terhadap produk-produk PT Sinar Sosro. Respon masyarakat terhadap minuman teh sangatlah kritis namun salah satu produk dari PT Sinar Sosro yaitu Teh Botol Sosro sangat mendapatkan respon yang positif di masyarakat, menurut mereka selain Teh Botol Sosro merupakan *brand* yang sudah lama dan terpercaya juga rasanya yang khas dan sudah terlanjur *familiar* di lidah masyarakat Indonesia yang akan sulit tergantikan.

### **1.8.2.2. Analisa SWOT**

Analisa SWOT adalah suatu metoda penyusunan strategi perusahaan atau organisasi yang bersifat satu unit bisnis tunggal. Ruang lingkup bisnis tunggal tersebut dapat berupa domestik maupun multinasional. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari *Strength (S)*,

*Weakness (W), Opportunities (O), dan Threats (T)* yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman atau kendala, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor didalam perusahaan (S dan W).

*Strength* : Dalam hal ini yang ditonjolkan ialah kesegaran dalam setiap perancangan sehingga visualnya turut menyertainya, yaitu dengan menampilkan nuansa pegunungan.

*Weakness* : Keterbatasan dalam menampilkan model terkenal dalam setiap perancangan desain yang dirancang.

*Opportunities* : Kesesuaian pesan yang disampaikan dengan hasil penyampaian termasuk kesesuaian antara copy writing dan art directing.

*Threats* : Nuansa pegunungan yang terdapat pada background desain cukup banyak digunakan pada produk-produk lainya bahkan diluar dari produk teh kemasan.

Dengan begitu, dengan melakukan analisa SWOT, diharapkan penulis berhasil untuk bisa mengurangi resiko munculnya kelemahan dan ancaman dengan cara menutupinya pada kekuatan dan peluang yang ada.

### **1.8.2.3. Sintesis**

Umumnya, sintesis berarti menunjuk ke sintesis atau sintetik, yaitu, menyatukan dua atau lebih bagian menjadi satu kesatuan sehingga menimbulkan suatu pola baru, baik melalui desain atau proses alami. Sintesis yang baik ialah berupaya menggabungkan semua data yang terkait dengan komponen (unit-unit analisis), di samping memiliki kemampuan untuk menilai karya sarjana yang lain di bidang yang relevan.

Sintesis pendahuluan harus mencakup upaya penggabungan secara konsisten antara temuan analisis dan sintesis. Termasuk ke dalam komponen ini antara lain ialah fakta, gagasan, konsep, pandangan, teori, atau metode sebagai cara kerja dan kesimpulan-kesimpulan. Dalam hal ini peneliti berupaya menata kembali hasil analisis dalam rangka menjelaskan pengertian makna harfiah dan makna *real* dari komponen tersebut serta unsur subjektif atau bias yang terkandung di dalamnya.

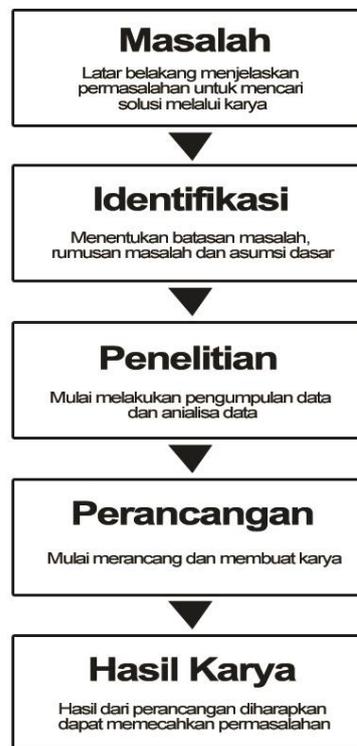
Setelah semua tahapan atau proses untuk bisa mendapatkan sintesis, penulis berharap mampu untuk memecahkan permasalahan yang sedang diangkat dalam Tugas Akhirnya dan menghasilkan karya terbaik.

## **1.9 Kerangka Pemikiran Perancangan**

Untuk menunjang penyampaian informasi terhadap masyarakat melalui media yang digunakan, penulis mencoba menggambarkan

kerangka pemikiran dari proses perancangan corporate identity PT Sinar Sosro ini. Untuk mempermudah masalah tentang permasalahan yang sedang diangkat dalam tugas akhir ini, penulis melakukan pemetaan secara sederhana, yaitu sebagai berikut :

Gambar 1.2  
KERANGKA PEMIKIRAN



### 1.10. Tempat dan Tahun Produksi

Dalam melaksanakan Tugas Akhir berupa *corporate identity* (CI) yang bertemakan PT. Sinar Sosro Sebagai Perusahaan Minuman Teh Siap Minum dalam Kemasan yang Pertama dan Terbesar di Indonesia.

Penulis membuat laporan beserta karya Tugas Akhirnya di kota Jakarta dan kota Tangerang pada tahun 2014. Hal ini dicantumkan sebagai pembuktian kepada para pembaca nantinya, bahwa laporan dan karya Tugas Akhir ini benar-benar baru dibuat oleh penulis.

### **1.11. Sistematika Penulisan**

Penulisan laporan Tugas Akhir ini terdiri dari 5 bab beserta beberapa lampiran sebagai pendukung laporan Tugas Akhir dengan rincian sebagai berikut:

#### **(1) Bab I Pendahuluan**

Bab I membahas tentang latar belakang masalah yang akan atau sudah muncul disaat penulis membuat laporan dan karya tugas akhir. Bab I terdiri dari Latar Belakang, Penegasan Makna Judul, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Asumsi Dasar, Tujuan, Manfaat, Metode Perancangan, Kerangka Pemikiran Perancangan, tempat dan Tahun Produksi, dan Sistematika Penulisan.

#### **(2) Bab II Tinjauan Pustaka dan Data**

Bab II membahas dengan detail tentang teori dan pendapat yang berhubungan dengan tema Tugas Akhir penulis. Teori dan pendapat tersebut digunakan sebagai acuan dalam pembuatan konsep atau ide, lalu dijadikan pedoman dalam perancangan karya. Bab II terdiri dari Tinjauan Pustaka, Identifikasi Data Perusahaan, Identifikasi

Data Kompetitor, Data Pendukung, Analisa Data, Asumsi Dasar, dan Sintesis.

(3) Bab III Konsep Penciptaan

Bab III berisi sebuah penjelasan menyeluruh tentang bagaimana proses pembuatan karya Tugas Akhir ini, dimulai dari penjelasan secara lengkap tentang bagaimana nanti penulis akan membuat tugas akhir, sampai akhirnya terciptalah karya Tugas Akhir seperti yang diharapkan oleh penulis. Bab II terdiri dari Konsep Pemasaran, Konsep Media, dan Konsep Kreatif.

(4) Bab IV Aplikasi Desain

Bab IV berisi hasil dari karya Tugas Akhir penulis (preview dalam bentuk gambar dan foto), baik dari awal pembuatan, sampai dengan hasil jadi (final) karya beserta karya pendukung lainnya. Bab IV terdiri dari Sketsa Alternatif Desain, Sketsa Terpilih dijadikan Desain Manual, dan Sketsa Terpilih sebagai Karya Final.

(5) Bab V Penutup

Bab V adalah kesimpulan yang dibuat penulis dari pembahasan serta penyelesaian masalah dari tema yang sedang diangkat. Selain itu, terdapat saran yang merupakan tanggapan atau respon dari penulis berupa ide dan pemikiran terhadap proses selama penulis membuat Tugas Akhir ini. Bab V terdiri dari Kesimpulan dan Saran.