



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

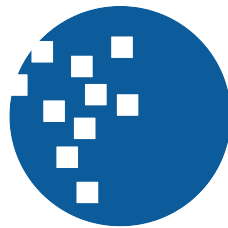
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERANCANGAN IKLAN TEH UPET

CV. SARIWANGI CIREBON

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Gisela Yulita Saputra
NIM : 13120210046
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gisela Yulita Saputra
NIM : 13120210046
Program Studi: Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain
Universitas Multimedia Nusantara
Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN IKLAN TEH UPET

CV. SARIWANGI CIREBON

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya Tugas Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar Sarjana Desain (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 16 Januari 2017

Gisela Yulita Saputra

UMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

“PERANCANGAN IKLAN TEH UPET CV. SARIWANGI CIREBON”

Oleh

Nama : Gisela Yulita Saputra

NIM : 13120210046

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

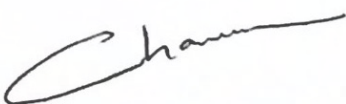
Tangerang, 19 Januari 2017

Pembimbing

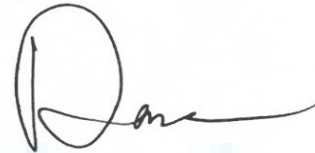

Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang



Chara Susanti, S.Ds., M.Ds.



Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi



Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Iklan Teh Upet CV. Sariwangi Cirebon”.

Pelaksanaan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat agar penulis dapat menyelesaikan bangku perkuliahan dan mendapatkan gelar sarjana S1 program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.

Terwujudnya Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan beberapa pihak yang membantu penulis selama proses berlangsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds. selaku dosen pembimbing.
3. Ibu Yenny, selaku pemilik CV. Sariwangi Cirebon yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber dalam Tugas Akhir penulis.
4. Orang tua dan kakak yang selalu tiada henti memberi dukungan dan doa dalam segala hal dalam kelangsungan tugas akhir ini.
5. Chiquita Nathania dan Ricky Budianto yang selama proses pembuatan tidak pernah berhenti memberi dukungan dan selalu ada di samping penulis.

6. Po Stevanus Andrianta yang selalu memberi dukungan dan nasihat dalam kelangsungan tugas akhir ini.
7. Teman-teman kelompok Cetha yaitu Chiquita Nathania, Faustine, Kartika Dharma, Vania Christanty, Andhika Christianto, Eric Kristanto, Riki Maulana dan Timothy Rinanda yang selalu ada dan berjuang bersama selama proses kelangsungan tugas akhir penulis.
8. Rekan-rekan yang tidak dapat disebutkan namanya oleh penulis.

Tangerang, 16 Januari 2017

Gisela Yulita Saputra

UMN

ABSTRAKSI

Teh Upet merupakan teh yang diproduksi oleh CV. Sariwangi Cirebon pada tahun 1956. Teh Upet memiliki dua varian yaitu teh celup dan teh tabur. Masalahnya adalah tingkat konsumsi Teh Upet mengalami penurunan dari tahun ke tahun, sementara merek-merek teh lain memasuki pasar-pasar di Kota Cirebon. Masyarakat Kota Cirebon yang awalnya hanya mengetahui Teh Upet, sekarang beralih ke merek-merek teh lainnya. Minimnya promosi yang dilakukan CV. Sariwangi pun turut mendukung masalah tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian gabungan antara kuantitatif dan kualitatif. Strategi Promosi yang digunakan adalah strategi promosi emosional. Hal besar yang dilakukan dalam perancangan ini adalah membuat *positioning* Teh Upet sebagai teh turun temurun yang dikonsumsi masyarakat Kota Cirebon dari generasi ke generasi dan pesan yang disampaikan yaitu, "Daridulu Teh Wong Cirebon Wis Pasti Teh Upet". Media yang digunakan dalam promosi yang dirancang adalah ATL dan BTL.

Kata kunci : **Promosi, Teh, Upet, Cirebon.**

ABSTRACT

Teh Upet was produced by CV. Sariwangi Cirebon since 1956. Teh Upet has two variants, teabag and powder tea. Teh Upet's rate of consumption is declining from year to year, whereas other brands starting to penetrate the market in Cirebon. The people of Cirebon whom once only know about Teh Upet now starting to shift to other brands. The lack of promotion down by CV. Sariwangi also contributed to this event. This thesis use the mix methodology research theory, quantitative and qualitative. Promotion strategy which is used in this thesis is emotional promotion strategy. Positioning of Teh Upet is a Cirebonese heritage, which have been consumed by generations and the message is, "Daridulu Teh Wong Cirebon Wis Pasti Teh Upet". The results are the promotions applied to ATL and BTL.

Keyword: *Promotion, Teh, Upet, Cirebon.*

UMN

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	5
1.5. Metodologi Pengambilan Data.....	5
1.5.1. Data Primer	6
1.5.2. Data Sekunder	7
1.6. Metodologi Perancangan.....	7

1.7. Skematika Perancangan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Promosi	11
2.1.1. Pengertian Promosi	11
2.1.2. Tujuan Promosi.....	11
2.1.3. Jenis-jenis Promosi	13
2.1.4. Strategi Promosi.....	15
2.1.5. Media Promosi	17
2.2. Desain Komunikasi Visual	21
2.2.1. Prinsip Desain Komunikasi Visual	22
2.2.2. Tinjauan Ilustrasi	24
2.2.3. Tinjauan Tipografi	25
2.2.4. Tinjauan Warna.....	27
2.2.5. Tinjauan Layout	30
BAB III METODOLOGI.....	32
3.1. CV. Sariwangi Cirebon	32
3.1.1. Sejarah.....	32
3.1.2. Proses Pembuatan	35
3.1.3. Produk.....	39
3.2. Data Penelitian	42
3.2.1. Wawancara.....	43
3.2.2. Observasi.....	51
3.2.3. Kuesioner	52

3.2.4.	SWOT	67
3.2.5.	<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	68
3.3.	Analisis Kompetitor	70
3.3.1.	Teh Tong Tji	70
3.3.2.	Teh Sariwangi	71
BAB IV	PERANCANGAN	74
4.1.	<i>Mind Map</i> Perancangan.....	74
4.2.	Strategi Komunikasi dan Pesan.....	74
4.2.1.	Big Idea	74
4.2.2.	Pesan	75
4.2.3.	Teknik Persuasi	76
4.2.4.	Narasi	77
4.2.5.	<i>Copywriting</i>	78
4.3.	Konsep Perancangan Visual	78
4.3.1.	<i>Moodboard</i>	78
4.3.2.	<i>Image</i>	79
4.3.3.	Tipografi	84
4.3.4.	Layout	84
4.4.	Aplikasi Media dan Penempatan.....	85
4.4.1.	Iklan Koran	85
4.4.2.	<i>Billboard</i>	86
4.4.3.	<i>Hanging Triangle Flag</i>	87
4.4.4.	Xbanner.....	88

4.4.5.	Wobbler.....	89
4.4.6.	Spanduk.....	90
4.4.7.	Tatakan Meja	90
4.4.8.	<i>Merchandise</i>	91
4.5.	Jadwal dan Durasi Promosi.....	94
4.6.	Budgeting.....	95
BAB V	KESIMPULAN	96
5.1.	Kesimpulan.....	96
5.2.	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....		xix

UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Logo Teh Upet	32
Gambar 3.2. Suasana Pabrik Dari Luar	33
Gambar 3.3. Transportasi untuk Memasokan Produk	34
Gambar 3.4 Transportasi untuk Memasokan Produk	34
Gambar 3.5. Teh Upet yang Baru Selesai Dikemas.....	34
Gambar 3.6. Proses Pemetikan Pucuk Daun Teh & Melati.....	35
Gambar 3.7. Proses Pemilihan Pucuk Daun Teh & Melati.....	36
Gambar 3.8. Proses Pelayuan Pucuk Daun Teh & Melati	36
Gambar 3.9. Proses Penjemuran	37
Gambar 3.10. Proses Penggelintingan	38
Gambar 3.11. Proses Pengovenan.....	38
Gambar 3.12. Proses Pengemasan	39
Gambar 3.13. Teh Upet Celup 50 gram (25 pcs) Rp. 11.800,-	40
Gambar 3.14. Teh Upet Tabur 8 gram (10pcs) Rp. 6.700,-.....	40
Gambar 3.15. Teh Upet Tabur 35 gram, Rp. 5.600,-.....	40
Gambar 3.16. Teh Upet Tabur 60 gram, Rp. 7.350,-.....	41
Gambar 3.17. Teh Upet Tabur 125 gram, Rp. 20.000,-.....	41
Gambar 3.18. Teh Upet Tabur 250 gram, Rp. 25.000,-.....	41
Gambar 3.19. Teh Upet Tabur Hijau 85 gram, Rp. 10.000,-.....	42
Gambar 3.20. Teh Upet Celup Sachet (Tidak Dijual)	42
Gambar 3.21. Wawancara Pertama.....	43

Gambar 3.22. Wawancara Kedua	43
Gambar 3.23. Billboard Teh Upet.....	45
Gambar 3.24. Wawancara Karyawan	45
Gambar 3.25. Wawancara Pemilik Rumah Makan.....	47
Gambar 3.26. Wawancara Pemilik Warung	48
Gambar 3.27. Wawancara Pemilik Toko Oleh-oleh.....	49
Gambar 3.28. Wawancara Konsumen Teh Upet	50
Gambar 3.29. Jenis Kelamin.....	53
Gambar 3.30. Usia	53
Gambar 3.31. Profesi	54
Gambar 3.32. Domisili.....	54
Gambar 3.33. Pendidikan Terakhir.....	54
Gambar 3.34. Pendapatan Perbulan	55
Gambar 3.35. Tingkat Kesukaan Mengkonsumsi Teh.....	55
Gambar 3.36. Tingkat Keseringan Mengkonsumsi Teh	55
Gambar 3.37. Varian Teh yang Disukai Responden.....	56
Gambar 3.38. Tingkat Teh yang Dikonsumsi Responden.....	56
Gambar 3.39. Waktu Responden Mengkonsumsi Teh	56
Gambar 3.40. Tingkat Responden Menyuguhkan Teh	57
Gambar 3.41. Tingkat Stok Teh Responden.....	57
Gambar 3.42. Kegiatan Responden mengkonsumsi Teh.....	57
Gambar 3.43. Banyaknya Teh yang Responden Beli	58
Gambar 3.44. Pertimbangan Responden	58

Gambar 3.45. Alasan Responden Dalam Membeli Teh	58
Gambar 3.46. Jenis Kelamin.....	59
Gambar 3.47. Usia	60
Gambar 3.48. Profesi	60
Gambar 3.49. Domisili.....	60
Gambar 3.50. Pendidikan Terakhir.....	61
Gambar 3.51. Pendapatan Perbulan	61
Gambar 3.52. Konsumen yang Pernah Mengkonsumsi Teh.....	61
Gambar 3.53. Merek Teh yang Dikonsumsi	62
Gambar 3.54. Tingkat <i>Awareness</i> responden	62
Gambar 3.55. Sumber Responden mengetahui Teh Upet.....	62
Gambar 3.56. Tingkat Responden Mengkonsumsi.....	63
Gambar 3.57. Varian Teh Upet yang Responden Konsumsi	63
Gambar 3.58. Tingkat Seringnya Mengkonsumsi	63
Gambar 3.59. Jangka Waktu Responden Membeli Teh	64
Gambar 3.60. Waktu Responden Mengkonsumsi Teh	64
Gambar 3.61. Varian Teh Upet yang Responden Konsumsi	64
Gambar 3.62. Responden yang Masih Mengkonsumsi	65
Gambar 3.63. Alasan Responden Beralih ke Merek Lain	65
Gambar 3.64. Alasan Responden Beralih ke Merek Lain	65
Gambar 3.65. <i>Awareness</i> Responden Tentang Teh Upet	66
Gambar 3.66. Pendapat Responden Tentang Teh Upet	66
Gambar 3.67. Logo Tong Tji	70

(Sumber: Google 2017).....	70
Gambar 3.68. Logo Sariwangi.....	71
(Sumber: Google 2017).....	71
Gambar 4.1. Mindmap.....	74
Gambar 4.2 Moodboard.....	79
Gambar 4.3. Referensi Gesture.....	80
Gambar 4.4. Proses Sketsa Hingga Hasil Foto.....	81
Gambar 4.5. Proses Sketsa Hingga Hasil Foto 2.....	82
Gambar 4.6. Proses Sketsa Hingga Hasil Foto 3.....	83
Gambar 4.7. <i>Typeface</i>	84
Gambar 4.8. Iklan Koran.....	86
Gambar 4.9. Billboard.....	87
Gambar 4.10. Hanging Triangle Flag.....	88
Gambar 4.11. Xbanner.....	89
Gambar 4.12. Wobbler.....	90
Gambar 4.13. Spanduk.....	91
Gambar 4.14. Tatakan Meja.....	92
Gambar 4.15. Totebag.....	93
Gambar 4.16. Kaos.....	94
Gambar 4.17. Saringan Teh.....	95
Gambar 4.18. Gelas Mug.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel SWOT	67
Tabel 3.2. Tabel Analisis Kompetitor.....	72
Tabel 4.1. Tabel Jadwal dan Durasi Promosi	94
Tabel 4.2. Tabel Budgeting.....	95

UMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PEMILIK CV.

SARIWANGI CIREBONxxi

LAMPIRAN B: TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN KARYAWAN CV.

SARIWANGI CIREBONxxvi

LAMPIRAN C: TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PEMILIK

RUMAH MAKANxxx

LAMPIRAN D: TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PEMILIK

WARUNG..... xxxii

LAMPIRAN E: TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PEMILIK TOKO

OLEH-OLEHxxxiv

LAMPIRAN F: TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN KONSUMEN

TEH UPETxxxvi

LAMPIRAN G: LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR xxxviii

UMN