

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan tentang identitas produk yang akan dibahas dalam penelitian ini untuk mengetahui lebih lanjut mengenai informasi tentang produk minuman berenergi M-150.

Pertama-tama peneliti akan memaparkan mengenai produk minuman berenergi M-150 yang kemudian disambung dengan target market produk M-150, logo dari minuman berenergi M-150, varian produk M-150, kampanye iklan M-150 yang pernah tayang, dan yang terakhir tentang cerita singkat iklan M-150 yang terbaru, “*Everybody can be a Hero*”.

#### A. Produk M-150

M-150 merupakan salah satu produk jenis minuman yang ditujukan untuk menambah energi, revitalisasi, dan memperbaiki *mood* seseorang yang meminumnya. Bagi beberapa kalangan, minuman energi diminum dengan tujuan untuk mencegah kantuk dan menambah tenaga untuk melakukan aktivitas yang berat.

M-150 merupakan salah satu merek minuman energi terkemuka. Kehadirannya di Indonesia sejak 1990 menjadikan M-150 salah satu pemimpin pasar di Indonesia. Minuman ini telah diakui oleh jutaan konsumennya di Asia Tenggara, Timur Tengah dan juga Amerika. M-150 merupakan produk yang dimiliki dan diproduksi oleh Osotspa Ltd, Thailand sebagai perusahaan induk

dengan *core business* sebagai perusahaan *Pharmaceutical*. (**Sumber: [www.sumbawanews.com](http://www.sumbawanews.com), dikutip tanggal 15 Februari 2011**)

Minuman berenergi M-150 masuk ke Indonesia didistribusikan oleh PT M-150 Indonesia dan PT Osotspa ABC Indonesia. PT M-150 Indonesia, merupakan perusahaan dagang dari minuman merek M-150 dalam kemasan botol kaca dan kaleng yang berasal dari Thailand. Sedangkan PT Osotspa ABC Indonesia mendistribusikan produk minuman energi M-150 dalam bentuk serbuk yang dikemas dalam sachet. Saat ini M-150 menduduki peringkat kedua setelah Kratingdaeng dan menguasai pangsa pasar 20% minuman berenergi.

Dalam lima tahun ke depan (terhitung tahun 2011), minuman yang diproduksi Osotspa Ltd asal Thailand itu menargetkan bisa menjadi pemimpin pasar minuman berenergi di Indonesia. Selain itu, PT M-150 Indonesia juga berencana untuk membangun pabrik minuman berenergi di dalam negeri, setelah berhasil memasarkan produk asal Thailand itu selama 20 tahun terakhir, seperti yang dikutip dari [www.bataviase.co.id](http://www.bataviase.co.id) yang diakses 6 Juli 2011.

## **B. Target Market M-150**

Orang-orang yang butuh dan peduli dengan energi sebagai dasar dari produktivitas mereka dalam bekerja terutama bagi mereka yang bekerja berat dan kerja dalam waktu yang sangat lama.

### C. Logo M-150



**M-150**

Gambar 1.1



**M-150**

Gambar 1.2

### D. Varian Produk M-150

#### 1. M-150 *Bottle*

Merupakan produk minuman berenergi yang berfungsi untuk menyegarkan badan, menambah tenaga saat melakukan aktivitas atau pekerjaan berat maupun saat berolahraga. Produk tersebut berbentuk cair yang siap minum, sehingga praktis untuk diminum di mana saja dan kapan saja. Kemasan M-150 Botol berisi 150 ml cairan minuman berenergi yang dianjurkan untuk sekali minum.

Komposisi:

Air, Sukrosa 25 g, Taurin 800 mg, Kafein 50 mg, Inositol 50 mg, Niasin 20 mg, Panotenat 5 mg, Vitamin B6 5 mg, Pengawet Natrium Benzoat, Pewarna Tartrazin CI 19140



**Gambar 1.3**

## 2. M-150 Aluminium Can

Merupakan produk minuman berenergi yang berfungsi untuk menyegarkan badan, menambah tenaga saat melakukan aktivitas atau pekerjaan berat maupun saat berolahraga. Produk tersebut berbentuk cair yang siap minum, sehingga praktis untuk diminum di mana saja dan kapan saja. Kemasan M-150 Kaleng berisi 250 ml cairan minuman berenergi yang dianjurkan untuk sekali minum.

Komposisi:

Air, Sukrosa, Taurin 800 mg, Kafein 50 mg, Inositol, Niasin, Panotenan, Vitamin B6, Pengawet Natrium Benzoat, Pewarna Tartrazin CI 19140



**Gambar 1.4**

### 3. M-150 Sachet

Selain tersaji dalam bentuk cair yang dikemas dalam botol dan kaleng, minuman berenergi M-150 juga tersedia dalam bentuk serbuk yang dikemas dengan sachet berukuran 4 gram. M-150 merupakan minuman energi yang menyegarkan, mengurangi rasa lelah, mengandung vitamin dan tidak mengandung *sacharine* dan zat pewarna, sehingga baik untuk penderita diabetes. M-150 digunakan sebagai suplemen yang membantu menjaga kondisi tubuh pada saat bekerja keras atau berolahraga.

Komposisi:

Taurine 1000 mg, Gingseng 3000 mcg, 1,3,7 Trimetilixanthin 50 mg, Inositol 50 mg, Vit. B3 20 mg (AKG: 125%), Vit. B1 10 mg (AKG: 833%), Vit. B6 5 mg (AKG: 385%), Aspartame, Vit. B2, Citric Acid, Na Bicarbonate.



Gambar 1.5

### 4. M-150 M+Susu

Merupakan produk M-150 yang mengandung susu, vitamin dan mineral, yang baik untuk menyegarkan badan setelah beraktivitas maupun berolahraga. Produk M-150 M+Susu adalah minuman dalam bentuk serbuk seberat 7 gram

yang dikemas dalam sachet dan terdapat 3 varian rasa yakni original, anggur dan soda gembira.

Komposisi:

Gula, Susu Bubuk, Krim Nabati, Taurin 1000 mg /sachet, Caffein 50 mg /sachet, Vit B1, B2, B3, B6, Aspartam  $\leq 0.7$  % /sachet (ADI 40 mg /kg), Acesulfam-K  $\leq 0.60$  % /sachet (ADI 15 mg/kg), Asam Sitrat, Natrium Bikarbonat, Perisa Susu, Perisa Buah



Gambar 1.6

#### E. Kampanye Iklan M-150

Meskipun M-150 sebagai produk minuman berenergi asal Thailand yang sudah lama masuk ke Indonesia, namun tidak banyak iklan televisi yang tayang di layar kaca Indonesia.

Iklan minuman berenergi M-150 dalam bentuk cair (botol dan kaleng) sering menggunakan konsep ketulusan cinta dan kasih sayang dalam iklannya dan jauh dari pandangan orang tentang iklan sebuah produk minuman berenergi. Misalnya saja iklan M-150 dalam versi “Cuma Bawa Cinta” yang menceritakan seorang laki-laki yang datang ke rumah kekasihnya untuk diperkenalkan pada keluarga kekasihnya tersebut. Sesampainya di depan pintu rumah kekasihnya,

laki-laki tersebut sudah disambut dengan raut wajah mengerikan dari keluarga kekasihnya, seolah laki-laki tersebut mendapat tekanan dari keluarga itu. Kemudian pada saat acara makan bersama, laki-laki tersebut diberi pertanyaan oleh salah satu anggota keluarga kekasihnya tersebut tentang barang apa yang akan diberikan sebagai bentuk lamaran / perkenalannya. Meskipun sempat merasa berkecil hati atas perlakuan keluarga kekasihnya, laki-laki tersebut dengan lantang dan penuh rasa percaya diri menjawab bahwa ia hanya membawa cinta yang diiringi dengan animasi burung merpati putih yang beterbangan, sehingga membuat keluarga kekasihnya terharu dan bertekuk lutut kepadanya.

Sama halnya dengan iklan M-150 yang terbaru versi “*Everybody can be a Hero*” yang tetap membawa konsep ketulusan cinta dan kasih sayang yang bercerita tentang seorang laki-laki yang bekerja keras mencari uang dengan segala resiko untuk membahagiakan ibunya yang sakit. Dibalik ketulusannya tersebut, laki-laki dalam iklan ini juga menonjolkan kejujurannya yang terlihat dalam *scene* mengembalikan kelebihan uang pembayaran.

Iklan versi *Everybody can be a Hero* terlihat sangat bagus dan mengharukan karena jalan ceritanya dan juga *background* yang digunakan untuk iklan tersebut sangat pas, yakni “*Hero*” yang dinyanyikan oleh Mariah Carey.

Berbeda dengan konsep kedua iklan M-150 tersebut, iklan M-150 M+Susu yang dibuat dan dibintangi oleh orang Indonesia menggunakan konsep iklan yang tidak biasa. Iklan yang dibintangi oleh Epi Kusnandar ini bercerita tentang adanya kebisingan musik di sebuah kamar yang ditimbulkan dari *music player*. Kemudian dibalik kebisingan tersebut, ada sosok laki-laki dengan tubuh

yang sangat kekar dengan bagian dada bergerak-gerak sesuai dengan dentuman musik. Epi Kusnandar heran dan berkata “Baru liat susu kayak gini...”.

Iklan ini lebih menonjolkan tentang gambaran produk yang dikampanyekan, yakni M-150 M+Susu. (Sumber: [www.youtube.com](http://www.youtube.com) yang diakses 6 Juli 2011)

#### F. Deskripsi Iklan TVC M-150 versi *Hero*

Sehubungan dengan 20 tahun kehadirannya di Indonesia, minuman berenergi M-150 meluncurkan iklan terbarunya bertajuk "*Everybody can be a Hero*" yang berdurasi 90 detik. Kampanye melalui iklan televisi ini menceritakan sosok laki-laki yang memiliki keberanian, pengabdian, dan kerelaan untuk berkorban.

Iklan ini adalah salah satu strategi M-150 untuk meningkatkan *market share* di Indonesia. Melalui iklan tersebut, M-150 mengajak masyarakat Indonesia untuk menyadari kehadiran pahlawan sehari-hari di sekitar mereka dan membantu menambah energi agar selalu semangat dan tidak putus asa.

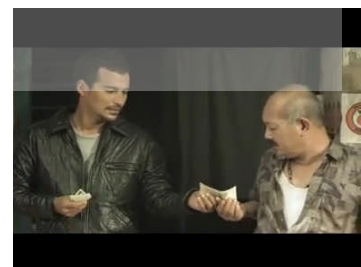
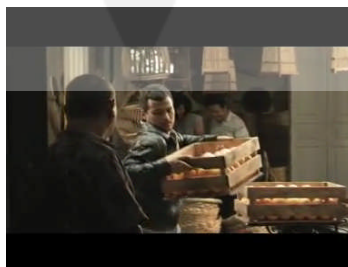
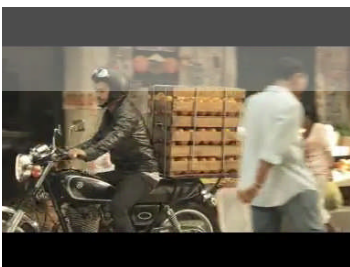
Iklan M-150 versi "*Everybody can be a Hero*" bercerita tentang kisah seorang laki-laki yang bekerja keras dengan mengendarai sepeda motornya untuk menjalani aktivitas sehari-hari sebagai pekerja di pasar. Ia mengantarkan beberapa peti jeruk kepada penjual buah di pasar dengan mengendarai sepeda motornya. Laki-laki ini menjalani semua kegiatan dengan senyuman dan selalu jujur. Sifat kejujurannya tercermin ketika ia mengembalikan kelebihan uang yang dibayarkan oleh seorang pembeli di pasar tersebut.



Selain menjual buah di pasar, laki-laki ini memiliki keahlian mengendarai sepeda motor. Ia juga memanfaatkan kemampuannya tersebut untuk mendapatkan pendapatan tambahan dalam pertunjukan sepeda motor. Uang yang berhasil ia peroleh, kemudian dibelikan makanan serta bunga untuk ibunya di rumah yang sedang sakit. Bukti rasa kasih sayang yang ia berikan kepada ibunya dengan menggendongnya ke meja makan untuk menikmati hidangan bersama. Sang istri menyambutnya dengan bangga, lalu memberikan sebotol minuman berenergi M-150 sebagai bentuk apresiasi dari kerja keras dan jerih payah suaminya untuk memberikan yang terbaik bagi keluarga.

Meskipun dalam iklan ini tidak ada percakapan antara satu dengan yang lainnya, namun iklan ini tetap hidup dan mampu membuat penonton terharu lewat perpaduan alur dan *background* yang digunakan dalam iklan ini yaitu lagu *Hero* yang dinyanyikan oleh Mariah Carey.

Konsep dari “*Hero*” untuk M-150 ditekankan pada tiga karakteristik, yakni seorang laki-laki yang bertanggung jawab pada keluarganya dan selalu bekerja keras, seorang laki-laki jujur yang hidup dengan memegang nilai – nilai yang baik, dan laki-laki dalam komunitasnya yang selalu berusaha membantu lingkungan sekitarnya.





Gambar 1.7