

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia periklanan saat ini yang semakin pesat dan berkembang yang didukung oleh pertumbuhan media cetak maupun elektronik yang selalu berevolusi, lalu media internet yang semakin pesat seiring dengan perekonomian yang semakin maju. Dengan berkembangnya teknologi jumlah stasiun televisi (media elektronik) yang terus meningkat, membuat perusahaan harus selektif dalam membuat iklan yang paling efektif untuk mendukung penjualannya. Media televisi merupakan media yang digunakan sebagai strategi pemasaran kreatif yang diandalkan oleh Oreo karena memiliki kelebihan yang bersifat audio visual sehingga dapat berpengaruh terhadap pola pikir remaja.

Seiring dengan zaman, banyak sekali media yang dapat dijadikan wadah untuk beriklan salah satunya adalah *endorser celebrity* yang ikut berperan dalam dunia iklan media televisi tidak ketinggalan dengan media televisi yang sangat berperan dalam dunia media televisi masih menjadi pilihan para produsen iklan karena media televisi memiliki jangkuan khalayak yang luas. Selain itu media televisi merupakan media yang bersifat audio visual, sehingga khalayak tidak hanya dapat melihat gambar saja akan tetapi juga dapat melihat dan mendengarnya.

Pada tahun 1898, beberapa perusahaan pembuat roti dan biskuit di Amerika bergabung menjadi satu membentuk sebuah perusahaan baru yang dinamakan *National Biscuit Company* (NaBisCo). Sebagai produksi awal, *Nabisco* membuat produk biskuit untuk hewan, pada tahun 1902, yang dinamakan Barnum, yang menjadi begitu terkenal karena bentuk kemasannya yang menarik dan mudah diingat oleh anak-anak dan remaja.

Daya tarik *endorser* Pemakaian selebriti pendukung (*celebrity endorser*) harus melalui beberapa pertimbangan, diantaranya adalah tingkat popularitas selebriti dengan permasalahan apakah selebriti yang dipilih dapat mewakili karakter produk yang sedang diiklankan (Royan, 2004:7) Selebriti adalah

sebagai sumber iklan atau informasi tentang merek dan atribut produk yang menyenangkan, meyakinkan dan menarik perhatian masyarakat umum. Memanfaatkan selebriti sebagai endorser dirasa memang lebih mudah mempengaruhi psikologis konsumsi konsumen. Penggunaan selebriti dalam suatu iklan melibatkan daya tarik

Oreo memang sudah dikenal dan diketahui oleh semua orang terutama di Indonesia. *brand* oreo menjadi sebutan populer untuk makanan ringan berupa biskuit susu ini. siapa yang tidak kenal oreo adalah biskuit coklat dengan krim putih ini sangat terkenal dengan *tagline*-nya, “*Diputer, dijilat, dicelupin.*” Oreo sudah dikenal begitu rupa oleh masyarakat kita dengan bentuk yang khas, hampir tidak berubah sama sekali sejak lama, meskipun beberapa varian rasa baru turut ditambahkan untuk mengikuti perkembangan zaman.

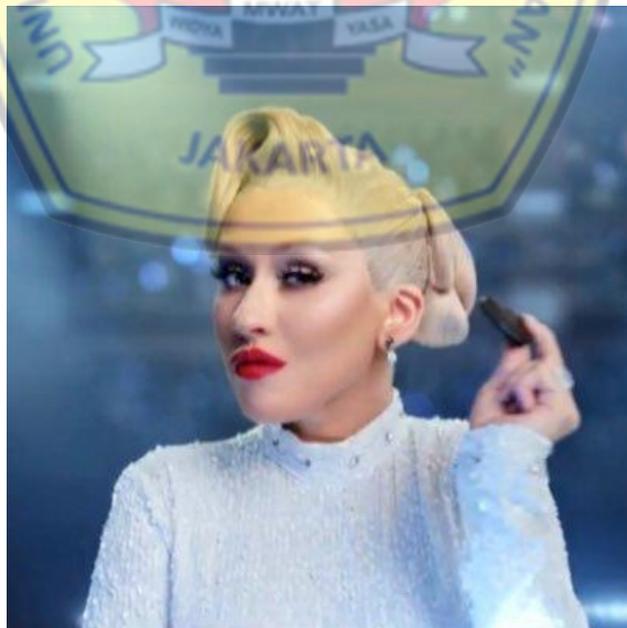
Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) tim sidak menemukan produk makanan ringan oreo ada beberapa kode jenis produk Oreo yang dipajang, tidak sesuai dengan imbauan BPPOM untuk ditarik. BPPOM melansir produk yang mengandung melamine mempunyai produksi Karena itu produk yang mempunyai kode yang harus ditarik.namun produk yang ditemukan, kodenya. meski beda kode, tetap kami imbau agar produk ini tidak dipajang. Kami minta agar mereka. Produk-produk susu dan makanan yang menggunakan susu dari Cina, menjadi perhatian dunia karena mengandung *melamine*. Bahayanya, produk-produk mengandung melamine tersebut beredar di banyak negara termasuk Indonesia. Dengan adanya pemberitahuan tersebut diharapkan para konsumen lebih cerdas dalam memilih makanan ringan.(Detik.com, Kamis 25 Septembe 14:32 WIB)

Adanya isu kandungan melamin dalam produk oreo telah menyebabkan kerugian pada PT. *Kraft Food* Indonesia, yaitu hancurnya *image* yang selama ini dibangun. Salah satu cara untuk mengembalikan citra/*image* perusahaan, PT, *Kraft Food* Indonesia mengeluarkan iklan dengan tampilan berbeda produk oreo dengan isi materi yang menjelaskan bahwa produk oreo berkualitas baik,. Keamanan pangan menjadi salah satu isu yang menyita perhatian beberapa organisasi kesehatan didunia. bahan kesehatan dunia WHO saat ini memberikan penekanan bagi seluruh Negara agar memperkuat sistem keamanan pangan.

Salah satu produk makanan yang diduga mengandung melamin berdasarkan penemuan BPOM pada bulan September adalah produk oreo. Menurut produsen produk oreo yang beredar di Indonesia ada dua macam yakni 90% oreo yang dijual bebas yang merupakan produk asli Indonesia dan hanya 10% produk oreo yang diimpor dari Tiongkok. Produk oreo yang mengandung melamin merupakan produk oreo yang diproduksi oleh PT. *Nabisco Food Co Ltd*, China dengan kandungan melamin sebesar 366.08mg/kg dan 36169mg/kg.

Media televisi juga sangat berperan dalam kasus produk oreo media *audio visual* media yang selain dapat didengar tetapi juga dapat dilihat dengan kata lain, media yang dapat dinikmati oleh mata dan telinga, apa yang ditayangkan semua terlihat seolah-olah realitas yang sebenarnya. Anwar arifin (2010 121-129).

Dengan adanya isu melamin Oreo ingin menampilkan tampilan yang berbeda dengan menggunakan *endorser* Christina Aguilera dengan tampilan berbeda dan berinovasi memanfaatkan fenomena yang terjadi yang di tengah masyarakat yaitu berlomba-lomba dengan menampilkan iklan yang kreatif dan inovatif dengan adanya iklan sebelumnya yang menampilkan animasi dikhususkan untuk anak-anak oreo mampu untuk bangkit dan berinovatif dengan menggunakan *endorser* Christina Aguilera sebagai *brand* oreo.



Gambar 1 Christina Aguilera

Sebelum Christina Aguilera menjadi *endorser* oreo Christina Aguilera adalah seorang penyanyi wanita asal Amerika Serikat. ia lahir dengan nama asli

Christina Maria Aguilera di kota *staten island, new york* pada tanggal 18 desember 1980. selain sebagai penyanyi, aguilera juga merupakan seorang aktris televisi. Christina Aguilera kini menjadi salah satu penyanyi wanita terpopuler di dunia. ia menyanyikan lagu lagu bergenre pop dan r&b. ia memulai debut pada tahun 1999 dan telah *merilis 7* album studio hingga sekarang. ia juga menjadi salah satu ikon musik pop. christina aguilera banyak meraih penghargaan musik internasional, termasuk 4 kali memenangkan *grammy awards*. total ia juga telah menjual lebih dari 50 juta kopi albumnya di seluruh dunia. aguilera dikenal dengan suara emasnya. ia bahkan menjadi penyanyi termuda yang masuk dalam daftar *100 greatest singers of all time* versi majalah *rolling ston*

Christina Aguilera juga merupakan seorang aktris televisi. Saat masa kecil, ia tampil dalam beberapa seri televisi anak-anak, *seperti Star Search dan The Mickey Mouse Club*. Chistina mempunyai nama lengkap Christina Maria Aguilera, lahir dibulan Desember di *Staten Island, New York, Amerika Serikat* Di tahun 2011, Aguilera juga menjadi pelatih juri dalam acara ajang pencarian bakat di televisi, *The Voice Amerika*. Aguilera juga aktif dalam kegiatan amal dan kemanusiaan. Ia juga menjadi duta PBB dalam *World Food Programme* di tahun 2017 christina juga menjadi endorser makanan ringan produk oreo yang digemari banyak anak-anak.

Katagori Makanan Ringan

MEREK	TBI	TOP
Roma	36.8%	TOP
Khong Guan	15.0%	TOP
Biskuat	9.5%	
Monde	6.4%	
Oreo	6.0%	

Sumber : www.topbrand-award.com

Gambar 2 Top Brand Makanan Ringan

Untuk mengukur kepercayaan para konsumen terhadap produk oreo, pihak perusahaan tengah memperbaiki kualitas dan berinovasi untuk meningkatkan kembali minat konsumen terhadap oreo, dengan berkerja sama dengan Christina Aguilera sebagai *brand image* oreo, diharapkan berpengaruh besar terhadap peningkatan *brand* serta membuat konsumen kembali percaya dengan produk oreo

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan tersebut peneliti ingin mengetahui mengenai efektifitas atau tidak efektifitasnya hubungan efektifitas seorang selebriti, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Daya Tarik *endorser* pada Iklan Oreo Versi Christina Aguilera di televisi Terhadap *Brand Image*.

Peneliti akan melakukan penelitian pada mahasiswa universitas pembangunan nasional “veteran” Jakarta alasan peneliti mengambil populasi di universitas pembangunan “veteran” Jakarta karena kampus tersebut cocok dengan katagori yang diinginkan dengan penulis

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian yaitu:

Seberapa besar pengaruh daya tarik *endorser* pada iklan oreo versi “christina aguilera” di televisi terhadap *brand image* mahasiswa universitas pembangunan nasional “veteran” jakarta program study komunikasi angkatan 2013 ?

I.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh daya tarik *endorser* pada iklan oreo versi Christina Aguilera di televisi terhadap *brand image*.

I.4 Manfaat Penelitian

I.4.1 Manfaat Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dapat menjadi referensi untuk penelitian – penelitian lebih lanjut

dengan masalah yang sejenis yang diharapkan dapat menunjang perkembangan dalam ilmu komunikasi dengan konsentrasi periklanan.

I.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan memberikan masukan kepada pihak – pihak yang membutuhkan khususnya lembaga atau para perusahaan untuk selalu mengkomunikasikan mereknya kepada konsumen.

I.5 Sistematika Penulisan

Penulis disusun secara sistematis mengikuti struktur yang telah ada dengan dibagi menjadi tiga bagian, antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdapat uraian mengenai latar belakang penelitian, perusahaan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II KAJIAN TERORITIS

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini bersis mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, metode pengujian instrument, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang profil objek penelitian analisis responden, analisis variabel X dan Y, uji korelasi, uji koefisien determinasi, dan uji hipoteti atsu uji t, serta analisis pembahasan

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan skripsiberupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN