

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Tentang Lemonilo

Lemonilo merupakan *startup* yang didirikan oleh Shinta Nurfauzia selaku *Co-CEO*, Ronald Wijaya selaku *Co-CEO*, dan Johannes Ardiant selaku *Chief of Product & Tech* pada tahun 2016 (Ully, 2022). Pada tahun 2016, ketiga pendiri tersebut menyadari bahwa pasar makanan sehat di Indonesia hampir tidak ada sehingga masyarakat jarang memperhatikan ataupun membicarakan gaya hidup sehat (Ully, 2022). Berawal dari hal tersebut, ide mengenai Lemonilo muncul dan memiliki misi untuk memperluas akses dan pengetahuan mengenai hidup sehat untuk masyarakat, terutama di Indonesia dengan cara membuat produk makanan yang sehat namun tetap dengan rasa yang enak dan harga yang terjangkau (Ully, 2022). Nama Lemonilo berasal dari dua kata, yakni Lemon dan Nilo. Seperti yang diketahui, Lemon merupakan buah yang sering dikaitkan dengan kesehatan, sedangkan Nilo diambil dari bahasa Yunani dan Celtic yang memiliki arti kemenangan dan kepahlawanan (Noviandi, 2021).

GAMBAR 2.1

Logo Lemonilo



Sumber: Lemonilo, 2022

Lemonilo termasuk dalam kategori *brand healthy lifestyle consumer goods*. Kategori merek tersebut didapat karena produk-produk Lemonilo dikembangkan berdasarkan tiga pilar utama, yakni berkualitas, praktis, dan terjangkau. Lemonilo telah melarang lebih dari seratus bahan sintesis berbahaya dalam produksi produknya, sehingga dengan adanya daftar larangan tersebut dapat meyakinkan masyarakat bahwa produk yang dihasilkan Lemonilo sehat dan sangat aman untuk dikonsumsi tanpa mengurangi rasa nikmat pada makanannya (Uly, 2021).

B. Mie Instan Lemonilo

Hingga saat ini, Lemonilo telah mengeluarkan lebih dari 40 jenis produk, yakni mie instan, *snack*, minuman, hingga bumbu dapur. Mie instan merupakan produk pertama yang diluncurkan Lemonilo pada tahun 2017 sekaligus menjadi produk utamanya. Alasan diproduksi mie instan dengan klaim sehat adalah untuk membantu meningkatkan gaya hidup sehat karena mie instan banyak digemari karena rasanya yang enak, harga yang murah, serta penyajiannya yang

tidak memakan banyak waktu atau praktis (Ullly, 2022). Selain itu, menurut WINA pada tahun 2017, Indonesia terbukti mendapat peringkat kedua di dunia sebagai negara dengan konsumsi mie instan terbanyak di dunia dengan total 12,6 juta bungkus pertahunnya. Oleh karena itu, Lemonilo hadir untuk memberikan pilihan berupa mie instan yang lebih sehat dan nyaman untuk dikonsumsi masyarakat (Ullly, 2022).

Mie instan Lemonilo memiliki klaim sehat karena beberapa faktor, yakni: (Ullly, 2022)

1. Dibuat menggunakan oven
2. Mie mengandung saripati sayuran
3. Tidak menggunakan 3P (Penguat Rasa, Pengawet, dan Pewarna sintesis)

C. Kolaborasi Lemonilo X NCT DREAM

Dikutip dari Anindhita (2022), pada 10 Januari 2022, Lemonilo resmi mengumumkan kolaborasi yang dilakukan mereka dengan salah satu *boygroup* populer asal Korea Selatan yakni NCT DREAM. Kolaborasi tersebut ditandai dengan *hashtag* Lemonilo X NCT DREAM yang mengartikan kerja sama yang dilakukan oleh kedua pihak tersebut (Anindhita, 2022). NCT DREAM merupakan salah satu sub-unit dari grup NCT. NCT merupakan singkatan dari *Neo Culture Technology* yang berdiri di bawah naungan SM Entertainment. NCT merupakan *boygroup* dengan konsep unik karena jumlah

anggota dalam grup tersebut tidak terbatas dan dapat bertambah dalam waktu-waktu yang ditentukan oleh agensi. NCT memulai debutnya pada tahun 2016 dengan jumlah anggotanya sebanyak 21 orang. Lalu pada tahun 2020, NCT mendapat peningkatan jumlah anggota menjadi 23 orang (PramborsFM, 2020).

NCT memiliki beberapa sub-unit yakni NCT 127, NCT DREAM, NCT U, dan WayV. Sub-unit dibuat berdasarkan kategori-kategori tertentu, seperti contohnya NCT DREAM yang dibentuk berdasarkan usia para anggota yakni usia di bawah 20 tahun. NCT DREAM melakukan debut pertama kalinya pada Agustus 2016 dengan lagunya berjudul *Chewing Gum* dengan jumlah anggotanya sebanyak tujuh orang yakni, Mark, Renjun, Jeno, Haechan, Jaemin, Chenle, dan Jisung (PramborsFM, 2020). Pada tanggal 10 Mei 2021, NCT DREAM dengan album berjudul "*Hot Sauce*" berhasil mencetak rekor penjualan sebanyak satu juta keping pada minggu pertama penjualannya. Berkat hal tersebut, NCT DREAM menjadi salah satu *boygroup* dengan penjualan album terlaris dalam SM Entertainment. Hingga 7 Juli 2021, penjualan album semakin meningkat dan mencapai tiga juta keping penjualan (Anindhita, 2022).

Lemonilo memutuskan untuk memilih NCT DREAM sebagai *celebrity endorser*-nya karena merek tersebut yakin bahwa *boygroup* tersebut dapat memberikan energi dan semangat untuk menjalankan pola hidup sehat. Kolaborasi ini dilakukan agar Lemonilo semakin dekat dengan generasi muda hingga penggemar K-Pop di Indonesia secara luas (Anindhita, 2022). Pemilihan NCT DREAM sebagai *celebrity endorser* juga terjadi karena adanya campur

tangan dari masyarakat yang telah memberikan masukan dan permintaan dari konsumen sehingga Lemonilo mendengarkan dan mempertimbangkan permintaan tersebut (Anindhita, 2022). Shinta Fauziah selaku *Co-founder* Lemonilo meyakini bahwa selain melekat dengan generasi muda, NCT DREAM merupakan sosok yang dapat merepresentasikan nilai-nilai dan karakter yang dijunjung tinggi oleh Lemonilo (Anindhita, 2022).

GAMBAR 2.2
NCT DREAM sebagai *celebrity endorser* Lemonilo



Sumber: Anindhita, 2022

Kolaborasi Lemonilo dan NCT DREAM menghadirkan beberapa inovasi pada produk mie instannya. Kemasan produknya menunjukkan kolaborasi Lemonilo bersama NCT DREAM. Selain kemasan, Lemonilo juga menghadirkan beberapa kampanye, konten, hingga kegiatan menarik yang berkaitan dengan NCT DREAM sehingga hal-hal tersebut dapat menarik

perhatian Lemonizen (sebutan konsumen Lemonilo) dan NCTzen (sebutan *fanbase* NCT) (Fitrianti, 2022).

GAMBAR 2.3
Kemasan Mie instan Edisi Lemonilo X NCT DREAM



Sumber: Lemonilo, 2022

Pada kemasan mie instan Lemonilo X NCT DREAM terdapat *photocard* anggota NCT DREAM yang diberikan secara acak sehingga tidak semua orang memiliki kesempatan untuk mendapatkan *photocard* masing-masing anggota NCT DREAM dengan periode yang berlangsung dari 2 Februari 2022 sampai 31 Januari 2023 (Fitrianti, 2022). Lemonilo menghadirkan 16 buah *Photocard* NCT DREAM yang akan dibagikan dalam dua *batch*. Pada setiap *batch* terdiri dari 8 *photocard* yang terdiri dari 7 *photocard* masing-masing anggota NCT DREAM dan 1 *photocard* grup secara keseluruhan (Fitrianti, 2022). Lemonilo juga menghadirkan fitur Lemonilo x NCT DREAM CAM. Fitur tersebut merupakan fitur yang memberikan kesempatan bagi konsumen dan penggemar yang ingin berfoto dengan para anggota NCT DREAM dengan melakukan *scan*

QR code melalui aplikasi Lemonilo dari *photocard* yang didapat dari membeli mie instan Lemonilo (Fitrianti, 2022).

GAMBAR 2.4
Photocard *Lemonilo X NCT DREAM*



Sumber: Fitrianti, 2022