

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

Pada bab ini, peneliti akan mendeskripsikan objek dari penelitian yang dilakukan. Untuk membahas ini, akan dibagi menjadi beberapa point, sebagai berikut.

#### **A. Perusahaan**

Objek dari penelitian ini adalah rokok bermerek LA ICE. LA ICE merupakan sebuah merek dari produk Sigaret Rokok Mesin atau SKM, di bawah naungan PT. Djarum. Perusahaan rokok dan tembakau PT. Djarum merupakan salah satu perusahaan yang menguasai industri rokok dan tembakau di Indonesia dengan pangsa pasar yang tercatat pada tahun 2020 sebesar 18,7%. Data ini menempatkan PT. Djarum sebagai perusahaan rokok dan tembakau nomor 3 terbesar di Indonesia. Perusahaan rokok dan tembakau ini sudah berdiri sejak 21 April 1951 di Kudus, Jawa Tengah oleh Oei Wie Gwan. Melalui tim *Research and Development*, PT. Djarum berkontribusi sebagai *world's first low-tar and low-nicotine kretek*, *world's first kretek cigarillos*, *brown-paper kretek*, *black-paper kretek*, *cherry-aroma and vanilla-aroma kretek* dan *world's one and only superfine clove mix*. Hingga saat ini, PT. Djarum selalu mengembangkan produk rokok dan tembakau di jenis Sigaret Kretek Tangan (SKT) dan Sigaret Kretek Mesin (SKM) (djarum.com, 2022).

## B. Produk

Pada awalnya rokok LA ICE merupakan jenis rokok Sigaret Kretek Mesin (SKM) turunan dari rokok LA Light dengan segmen *Low Tar* dan *Low Nicotine* (LTLN/Mild), yang pertama kali dikenal dan dipasarkan pada akhir 2013. LA ICE memiliki pembeda dengan rokok LA Light lainnya, yaitu memiliki ciri khas *ice menthol*. LA ICE memiliki target pasar utama yaitu pemuda berusia 18-25 tahun (*young and modern*). Saat ini, LA ICE sendiri memiliki dua varian yaitu LA ICE dan LA ICE Purple Boost. Untuk produk LA ICE (original) memiliki warna khas yaitu biru dengan menggunakan *main communication* yaitu The King of Ice dalam pemasarannya. Untuk kisaran harga pasarnya, LA ICE berkisar antara Rp25.000-Rp28.000 (djarum.com, 2022).

Gambar 2.1 Kemasan rokok LA ICE



(sumber: djarum.com, 2022)

Gambar 2.2 Marketing Key Visual LA ICE



(sumber: [lazone.id](http://lazone.id), 2022)

Pada tahun 2022, LA ICE mengeluarkan ekstensi dari mereknya yaitu LA ICE Purple Boost. Memiliki target pasar yang sama, produk LA ICE Purple Boost ingin memberikan target pasarnya inovasi menthol rasa berry dengan sensasi yang sangat lembut dan menyegarkan. LA ICE Purple Boost memiliki warna utama yaitu ungu dengan *main communication* A New Sensation of Ice. Rokok ini dibandrol dengan harga kisaran Rp27.000-Rp28.000 ([djarum.com](http://djarum.com), 2022).

Gambar 2.3 Kemasan rokok LA ICE Purple Boost



(sumber: [djarum.com](http://djarum.com), 2022)

Gambar 2.4 *Marketing Key Visual* LA ICE Purple Boost



(sumber: [lazone.id](http://lazone.id), 2022)

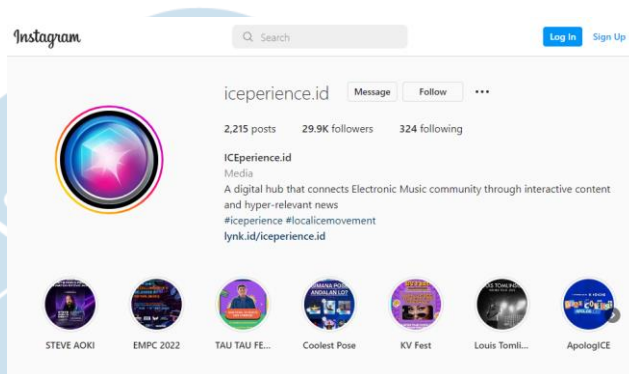
Hingga saat ini LA ICE secara aktif melakukan aktivitas pemasarannya untuk menjangkau target pasarnya, mulai dari strategi pemasaran yang konvensional hingga digital. Contoh marketing konvensional seperti event lomba Electronic Music Producer Contest (EMPC) dan *Out of Home Advertising*, dan untuk marketing digital LA ICE membuat akun media Informasi di Instagram.

### C. Media Sosial Instagram

LA ICE aktif melakukan pemasaran digitalnya melalui Instagram @iceperience.id. Akun Instagram @iceperience.id merupakan *username* dari media sosial Instagram resmi dari LA ICE. Berdasarkan penjelasan di biografi profile yang bertuliskan “a digital hub that connects Electronic Music Community through interactive content and hyper-relevant news”, cukup menjelaskan secara singkat mengenai konten yang disajikan. Iceperience.id sebagai media informasi, secara rutin membagikan konten mengenai kebaruan informasi dunia *electronic dance music* yang mana erat dengan anak muda. Hingga saat ini, akun Instagram @iceperience.id

memiliki lebih dari 29 ribu pengikut dengan 2.215 unggahan (Instagram.com/iceperience.id, 2022).

Gambar 2.5 Profile Instagram @iceperience.id



(sumber: Instagram.com/iceperience.id, 2022)

Berdasarkan aktivitasnya, akun instagram @iceperience.id secara aktif membagikan konten sebanyak 2 topik dalam satu harinya. Selain itu, akun ini juga aktif berinteraksi melalui kolom komentar dengan selalu membalas komentar dari audiensnya. Walaupun dapat dikatakan sebagai aktivitas komunikasi pemasaran, konten dari Instagram @iceperience.id tidak memasarkan produknya secara langsung. Konten yang diberikan lebih memuat informasi yang bermanfaat dan menghibur dari pengikutnya. Jika diamati, konten yang diunggah memuat tantangan berhadiah, quiz berhadiah, permainan, *updates*, tips dan trik hingga informasi event.

Gambar 2.6 Contoh konten Instagram @iceperience.id



(sumber: [Instagram.com/iceperience.id](https://www.instagram.com/iceperience.id), 2022)

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, media sosial @iceperience.id oleh LA ICE membagikan konten dalam kategori sebagai berikut.

### 1. EDM Updates

EDM Updates merupakan konten utama yang dipublikasi oleh @iceperience.id. Konten ini memuat informasi terbaru seputar *release* lagu, musisi, rekomendasi, proses pembuatan lagu dan hal-hal menarik lainnya terkait *Electronic Dance Music*.

### 2. Trivia

Konten trivia yang dipublikasi oleh LA ICE adalah konten-konten hiburan yang diambil dari berbagai topik. Salah satu yang dikembangkan adalah topik ramalan zodiak dan *fashion*. Walaupun diambil dari berbagai topic yang beragam, konten trivia tetap akan dikaitkan dengan bahasan *electronic dance music*.

### 3. *Event updates*

Media sosial Instagram @iceperience.id juga membagikan informasi seputar *event electronic dance music*. Hal ini meliputi event kompetisi komposer *Electronic Dance Music* milik LA ICE yang bernama EMPC dan festival musik lainnya yang menampilkan musisi *Electronic Dance Musik* seperti Djakarta Warehouse Project.

### 4. Quiz

Melalui @iceperience.id, LA ICE sering mengadakan quiz yang tidak berhadiah sampai yang berhadiah. Konten yang dipublikasi pada quiz ini berupa pertanyaan teka-teki dan tantangan. Untuk bagian quiz berhadiah, pada umumnya LA ICE lakukan guna mendukung kampanye pemasaran.

### 5. *Tap in trend*

Pada konten ini, LA ICE mempublikasi konten di @iceperience.id berdasarkan *trend* yang sedang hangat di masyarakat. LA ICE mengolah trend tersebut menjadi konten yang juga relate pada *Electronic Dance Music*.

### 6. Promosi

LA ICE juga melakukan promosinya melalui Instagram Stories @iceperience.id di setiap harinya. Konten promosi ini merupakan konten *Marketing Key Visual* dari produk rokok LA ICE.