

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Untuk memahami objek dalam penelitian ini, disusunlah deskripsi objek penelitian secara umum terkait Pantene Indonesia dan Keanu Agl untuk memberikan konteks pada hasil penelitian ini. Dalam bagian pertama, peneliti menjelaskan terkait deskripsi *brand* untuk lebih mengenali Pantene dan cerita singkat dalam pengangkatan beberapa *brand ambassador* Pantene Indonesia dari tahun ke tahun. Di bagian selanjutnya, peneliti akan memaparkan deskripsi mengenai Pantene Indonesia seputar penjelasan singkat mengenai seperti apa *brand* Pantene Indonesia, beberapa perjalanan Pantene Indonesia dalam mengangkat *brand ambassador* dari waktu ke waktu dan penghargaan yang diterima oleh Pantene Indonesia dari berbagai kategori produk dan program acara penghargaan di Indonesia serta prestasi *brand* Pantene Indonesia dibandingkan dengan *brand* pesaing lainnya di Indonesia.

1. Pantene Indonesia

1.1. Deskripsi *Brand* Pantene Indonesia

Pantene merupakan merek dagang berbasis di Amerika yang bergerak pada industri perawatan dan penyubur rambut yang dimiliki oleh Perusahaan Procter & Gamble (P&G). Didirikan untuk membantu para wanita di seluruh dunia dalam mengatasi masalah rambut mereka, meningkatkan rasa kepercayaan diri, dan menginspirasi wanita agar dapat berkilau dari dalam (Pantene, 2023). Pantene

memproduksi beberapa produk perawatan rambut. Berdasarkan jenis produknya terdapat produk *shampoo*, *conditioner*, suplemen *conditioner*, perawatan tanpa bilas, dan *hair treatments*. Berdasarkan rangkaian produknya terdapat produk Anti Lepek, *Daily Moisture Renewal*, *Total Damage Care*, *Hair Fall Control*, *Silky Smooth Care*, *Micellar Series*, *Anti Dandruff*, *Hitam Glow*, *Perfect On*, dan *Gold Series* (Pantene, 2023). Selain memasarkan produk secara *offline* dan *online*, Pantene juga mengangkat beberapa *public figure* dan artis untuk menjadi *brand ambassador* mereka sebagai perwakilan dari *brand* Pantene untuk mempromosikan dan menarik konsumen, termasuk Pantene Indonesia.

Pada tahun 2008, Pantene mengangkat Anggun C. Sasmi sebagai *brand ambassador* mereka (Rahayu, 2011). Bersama Anggun, Pantene juga telah memproduksi beberapa iklan Pantene yang diunggah di beberapa platform media sosial Pantene, termasuk salah satunya Youtube. Salah satu iklan yang sempat viral di kalangan masyarakat yang dibintangi oleh Anggun dengan judul “Anggun Memilih Pantene Anti Dandruff”.

Gambar 2.1 Anggun C. Sasmi x Pantene Indonesia



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=O7wvoE3pCQQ>

Dilanjutkan lagi dengan beberapa penerus *brand ambassador* lainnya yakni Raline Shah pada tahun 2013 (Ratna, 2013). Bersama Raline Shah, Pantene juga telah memproduksi berbagai iklan yang diunggah, seperti pada salah satu iklan yang berjudul “Raline Shah untuk Pantene Pro-V Total Damage Care”.

Gambar 2.2 Raline Shah x Pantene Indonesia



Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=4UXZayvz_bs

Kemudian dilanjut oleh Keanu Agl yang juga menjadi objek penelitian dalam penelitian ini sebagai *brand ambassador* Pantene yang baru pada tahun 2022. Keanu Agl juga telah membintangi beberapa video iklan Pantene dan mendapatkan antusiasme yang tinggi dari masyarakat. Salah satu video iklan dengan *views* tertinggi yaitu 66 juta (terhitung dari tanggal 28 Mei 2023) yang berjudul “Buat Rambut, *No More* Setengah-setengah! Pakai Miracles Hair Supplement!”.

Gambar 2.3 Keanu Agl x Pantene Indonesia



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=rUYJbAMSdIc&t=3s>

1.2. Penghargaan/Award

Perjalanan karir Pantene Indonesia juga diwarnai dengan berbagai penghargaan dan prestasi yang mereka cetak, sebagai berikut:

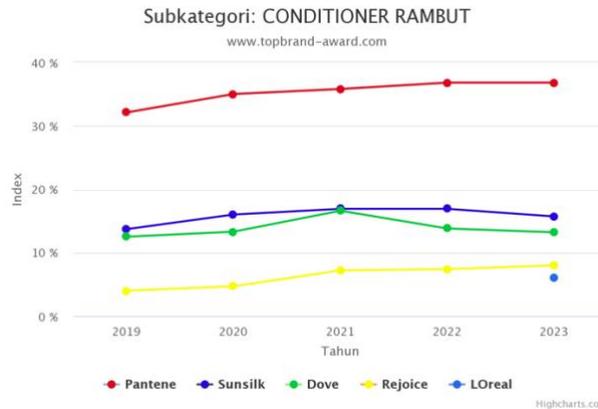
Gambar 2.4 Prestasi Pantene Indonesia dari Tahun ke Tahun

Tahun	Penghargaan
2010-2012	Indonesian Customer Satisfaction (ICSA)
2013	Indonesian Best Brand Award (IBBA) - <i>Golden</i> dan <i>Platinum</i>
2018	1. Bazaar Beauty Awards (<i>Best Conditioner</i>) 2. Cosmos Reader's (<i>Best Hair Care</i>)
2019	1. Cosmos Reader's (<i>Best Hair Treatment, Best Conditioner</i> dan <i>Best Shampoo</i>) 2. Female Daily of Beauty Award (<i>Best Conditioner</i>)
2020	Sociolla Award 2020 (<i>Best Shampoo</i>)
2022	SMARTIES Indonesia Awards 2022

Kemudian peneliti memaparkan deskripsi secara umum terkait Keanu Agl sebagai objek penelitian yang akan diukur tingkat kredibilitas dan daya tariknya sebagai *brand ambassador* Pantene Indonesia.

Secara kedudukan brand Pantene di Indonesia dibandingkan dengan brand kompetitor lainnya dapat dilihat melalui grafik berikut

Gambar 2.5 Grafik Perbandingan Index Penjualan *Brand Hair Conditioner*



Pada gambar 2.5 menunjukkan grafik perkembangan pada index penjualan produk *brand* Pantene dengan *brand* pesaing lainnya, Sunsilk, Dove, Rejoice dan LOreal dari lima tahun ke belakang, mulai dari tahun 2019 hingga tahun 2023. Terlihat pada garis berwarna merah menunjukkan *brand* Pantene memimpin *index* penjualan dibandingkan dengan *brand* pesaing lainnya. Berbanding terbalik secara signifikan pada *brand* LOreal yang baru memiliki peningkatan index penjualan pada tahun 2023. Secara lebih rinci dan detail terkait perkembangan setiap *brand* disusunlah tabel index penjualan berdasarkan grafik di atas sebagai berikut.

Gambar 2.6 Angka Index Penjualan *Brand Hair Conditioner*

Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
Pantene	32,10	35,00	35,80	36,80	36,80
Dove	12,50	13,30	16,60	13,80	13,20
Sunsilk	13,70	16,00	16,90	16,90	15,70
Rejoice	4,00	4,70	7,20	7,40	8,00
LOreal	0,00	0,00	0,00	0,00	6,00

Pada gambar 2.6 menunjukkan perkembangan persentase *brand* Pantene yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Dan disandingkan dengan *brand* pesaing lainnya, menunjukkan kedudukan Pantene yang paling tinggi. Data pada tabel tersebut

menunjukkan pada tahun 2019, Pantene memiliki persentase sebesar 32,10%, lalu pada tahun 2020 meningkat mencapai 35,00%, lalu pada tahun 2021 meningkat mencapai 36,80%, lalu pada tahun 2022 meningkat mencapai 36,80% dan pada tahun 2023 posisi Pantene masih sama dengan tahun 2022.

Lalu bagian selanjutnya, peneliti kemudian memaparkan informasi mengenai Keanu Agl selaku *brand ambassador* Pantene Indonesia dan objek penelitian ini. Informasi yang peneliti paparkan berisikan biodata diri Keanu Agl sebagai perkenalan pada para pembaca, lalu pengalaman Keanu Agl saat menjadi *brand ambassador* pada beberapa brand sebelumnya pada bidang industri yang beragam dan sedikit informasi seputar kerja sama antara Pantene Indonesia x Keanu Agl yang mana Pantene Indonesia menjadikan Keanu Agl sebagai *brand ambassador* mereka yang baru dan menuai beragam komentar dari audiens.

2. Keanu Agl

2.1. Biodata Diri

Gambar 2.7 Keanu Agl

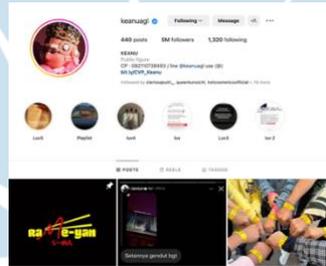


Sumber: Lova (2022)

Muhammad Miftah Huda atau yang dikenal sebagai Keanu Angelo (Keanu Agl). Merupakan seorang *social media influencer* dan *content creator* Indonesia yang

lahir pada tanggal 12 Juni 1998 di Kota Bekasi (Wahyuni, 2022). Keanu dikenal sebagai sosok *selebgram* dengan genre “*komedi nyinyir*” (Nabila, 2022). Keanu memulai karir sebagai *social media influencer* dan *content creator* sejak tahun 2019 dengan gaya ikoniknya pada saat berkomi dengan emosi meluap-luap yang membuatnya digemari banyak masyarakat dengan gayanya yang dinilai menghibur dengan caranya.

Gambar 2.8 Akun Instagram Keanu Agl (@keanuagl)



Sumber: <https://www.instagram.com/keanuagl/>

Ia kerap membagikan kontennya di Instagram dan Youtube. Konsep konten yang dibuat Keanu berupa *review* produk tertentu, *daily vlog*, dan *Questions and Answers* (Q&A). Keanu juga membagikan konten mengenai *review* suatu produk, *endorsement* dan berbagai kegiatan *sponsorship* dengan *brand* tertentu yang bekerjasama dengannya. Konten ini ia bagikan melalui platform Instagramnya, dapat dalam bentuk foto maupun video. Tentunya dengan gaya ciri khasnya dalam *me-review* sebuah produk yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengikut Instagramnya. Hal lain dibuktikan dengan jumlah *followers* pada Instagram Keanu Agl yang mencapai 5 juta pengikut. Seringkali berbagai usaha UMKM, *online shop*, maupun pebisnis yang akhirnya menggunakan jasa *endorsement* Keanu untuk dipromosikan olehnya melalui

Instagram Keanu. Berbagai produk pun juga diterima oleh Keanu, mulai dari produk F&B (*Food and Beverage*) bahkan berbagai produk kecantikan pun ia terima seperti, *fashion* wanita, *skincare* dan alat *makeup*.

Gambar 2.9 *Endorse Brand Fashion Keanu Agl di Instagram*



Sumber: Mey (2021)

Hal ini yang menunjukkan sisi fleksibilitas dari Keanu yang mampu untuk mempromosikan berbagai produk dengan berbagai target market setiap produknya. Terutama ketika Keanu sedang mempromosikan dan *me-review* produk kecantikan berupa perawatan wajah dan tubuh, menjadi daya tarik tersendiri. Ditambah lagi dengan gaya khasnya saat *me-review* produk tersebut. Beberapa kali, Keanu Agl membagikan konten bersama dengan produk Pantene pada laman Instagram pribadinya.

Gambar 2.10 *Konten Keanu Agl x Pantene Indonesia di Instagram Keanu Agl*



2.2. Pengalaman menjadi *Brand Ambassador*

Sebelumnya, Keanu juga sempat diangkat menjadi *brand ambassador* bagi salah satu *brand* di Indonesia, MS Glow pada awal tahun 2022, tepatnya pada bulan Januari. MS Glow sendiri merupakan salah satu *brand* kecantikan di Indonesia di bawah naungan PT. Kosmetika Cantik Indonesia sejak tahun 2013 lalu. Keanu juga telah membintangi salah satu iklan MS Glow dalam bentuk video yang diunggah di kanal Youtube MS Glow Beauty dengan judul “MS Glow x Keanu – Cakep itu Nasib, *Good Looking* itu Pilihan!”.

Gambar 2.11 MS Glow x Keanu Agl

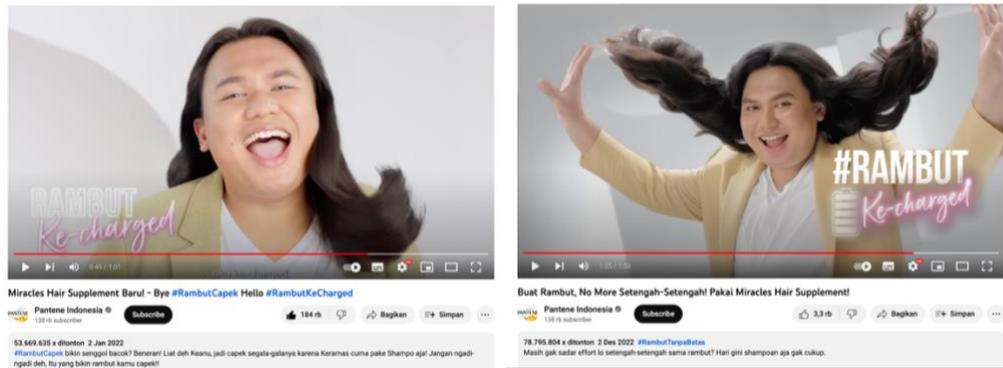


Berkat pengalaman, pengetahuan, tingkat profesionalitas dan beberapa *project* serta kekuatan audiens yang dimiliki Keanu dan riwayat pada bidang serupa sebelumnya, Pantene Indonesia menemukan dan menggunakan peluang tersebut. Ditambah dengan bagaimana antusiasme, kuantitas penonton, dan dukungan yang terlihat pada setiap video iklan Pantene Indonesia x Keanu Agl. Pantene akhirnya mengangkat Keanu Agl sebagai *brand ambassador* mereka pada awal tahun 2022. Berita ini pun sontak menjadi perhatian masyarakat terkait pergerakan baru Pantene Indonesia yang akhirnya mengangkat Keanu Agl sebagai *brand ambassador* mereka. Menurut Anjani (2022), gebrakan Pantene inilah yang dapat menjadikan dunia

periklanan menjadi tidak monoton dan lebih fleksibel serta dapat mematahkan stigma masyarakat bahwa produk perawatan rambut hanya untuk kaum perempuan. Pantene juga tidak menghalangi sifat asli Keanu Agl dalam video iklan tersebut. Menurut Dianawanti (2022) juga menegaskan bahwa dengan adanya edukasi dari Pantene melalui Keanu, akhirnya banyak masyarakat yang tersadarkan bahwa “*sampoan aja ngga cukup*” dengan *sold out*-nya produk tersebut serta menunjukkan sifat inklusivitas Pantene yang mana produknya dapat digunakan oleh laki-laki. Menurut *Brand Director Indonesia Haircare*, Anggia Pulungan, memilih *brand ambassador* harus diperhatikan dengan seseorang tersebut memiliki masalah rambut yang dapat diselesaikan dengan produk Pantene dan Keanu Agl memiliki masalah rambut yang dimiliki oleh mayoritas masyarakat Indonesia, yakni “*rambut capek*”. Keunikan ini juga diungkapkan masyarakat yang menyaksikan iklan tersebut yang mengatakan bahwa hanya Keanu Agl yang bisa meluapkan emosinya dalam iklan namun masyarakat masih bisa teredukasi dan terhibur (Falashaf, 2022).

2.3. Pantene Indonesia x Keanu Agl

Gambar 2.12 Video Iklan Keanu Agl x Pantene Indonesia



Bersama Pantene Indonesia, Keanu Agl sebagai *brand ambassador* Pantene yang baru, telah mengisi dua iklan utama yang diunggah oleh Pantene pada platform Youtubenanya. Prestasi yang membanggakan terlihat dari antusias *viewers* pada video iklan tersebut. Melihat dari perolehan konten iklan Pantene Indonesia x Keanu Agl yang diunggah pada platform Youtube Pantene Indonesia, peneliti menemukan dan mengumpulkan data dari dua konten video iklan yang telah diunggah pada tahun 2022 lalu. Peneliti menyusun data terkait *content reach* pada video iklan tersebut sebagai berikut.

Gambar 2.13 *Content Reach* Video Iklan Pantene Indonesia x Keanu Agl di Youtube

Judul Video	Tanggal Upload	Durasi	Jumlah		
			Views	Like	Comment
Miracles Hair Supplement Baru! - Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged	2 Januari 2022	01:01	53.511.038	184.000	9.431
Buat Rambut, No More Setengah-Setengah! Pakai Miracles Hair Supplement!	2 Desember 2022	01:56	78.545.241	3.300	102

Berdasarkan data yang ditampilkan pada gambar 2.13 menunjukkan jumlah *content reach* setiap konten iklan yang diunggah. Pada video iklan dengan judul “Miracles Hair Supplement Baru! – Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged” mendapatkan jumlah *views* sebanyak 53.511.038, jumlah *like* sebanyak 184.000 dan jumlah

komentar sebanyak 9.431, terhitung dari tanggal 28 Juni 2023. Dan pada video iklan dengan judul “Buat Rambut, No More Setengah-Setengah! Pakai Miracles Hair Supplement!” mendapatkan jumlah *views* sebanyak 78.545.241, jumlah *like* sebanyak 3.300 dan jumlah komentar sebanyak 102, terhitung dari tanggal 28 Juni 2023.

