

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Profil Oreo

Oreo pertama kali diluncurkan pada 6 Maret 1912 di Amerika Serikat oleh National Biskuit Company (Nabisco). Nama Oreo memiliki makna simbolis tertentu, dengan diawali huruf “O” dan diakhiri dengan kata “Oreo” memiliki makna yaitu biskuit, kemudian untuk “re” merupakan huruf yang diambil di tengah dari kata “cream”. Oreo memiliki posisi yang sama dengan merek Veronese Biskuits dan Mother Goose Biskuits yang merupakan bagian dari trio “*highest class biscuit*”. Semakin berjalannya tahun demi tahun, kedua merek biskuit tersebut sudah menghilang dari pasar, tidak seperti Oreo yang masih bertahap hingga saat ini (Bestari, 2023). Kemudian pada tahun 1921 Oreo mengganti nama menjadi “Oreo Sandwich”.



GAMBAR 2. 1 Logo Oreo
Sumber: droidlime.com, 22 Februari 2017

Pertama kali Oreo memperkenalkan *tagline* mereka yaitu “*the twist*” dalam iklan mereka di tahun 1923, hingga berkembang sampai saat ini

dengan *tagline* “*twist, lick, dunk*”. Dalam bahasa Indonesia sering kita dengar yaitu “diputar, dijilat, dicelupin” (tastysnackindonesia.id, 2023). 5 tahun berikutnya pada tahun 1928, Oreo mulai melakukan penjualan ke daerah Amerika Latin dan Amerika Tengah. Kemudian Oreo berganti nama untuk terakhir kalinya pada tahun 1974 hingga saat ini dengan nama “Oreo Chocolate *Sandwich* Cookie”, meski nama Oreo sering berganti, namun Masyarakat lebih mengenal dengan “Oreo” karena lebih mudah cara penyebutannya (tastysnackindonesia.id, 2023).

Ekspansi yang dilakukan Oreo tidak hanya berhenti di Amerika Latin dan Amerika Tengah, namun pada tahun 1993, Oreo sukses menjual produknya hingga 30 negara, kemudian masuk ke Indonesia pada tahun 1995 yang diproduksi oleh PT. Mondelez Indonesia (Bestari, 2023).

B. Kolaborasi Oreo

Oreo terus melakukan inovasi terhadap produknya, baik varian rasa maupun bentuk Oreo sendiri. Berbagai inovasi dilakukan salah satunya adalah kolaborasi dengan berbagai *brand*, hingga Oreo terkenal dengan kolaborasi unik. Berikut kolaborasi yang telah dilakukan oleh Oreo (Tiofani, 2022):

1. Oreo x Supreme

Pada tahun 2020, Oreo melakukan kolaborasi unik dengan *brand fashion* ternama dari New York, Amerika Serikat yaitu Supreme. Kolaborasi ini sempat menggemparkan warga dunia.

2. Oreo x Ritz

Pada tahun 2022 bulan Mei, Oreo melakukan kolaborasi dengan *brand* terkenal yaitu Ritz. dengan memadukan biskuit dan krim gurih Ritz bertemu dengan manis dari biskuit dan krim Oreo.

3. Oreo x Pokemon

Kemudian pada September 2021, Oreo melakukan kolaborasi bersama Pokemon. Kolaborasi unik ini dianggap berhasil mencuri perhatian penggemarnya, pasalnya *hashtag* #pokemonOreos sempat ramai di media sosial Instagram, ribuan postingan para penggemar yang sedang memamerkan biskuit Oreo Pokemon ini.

4. Oreo x Lady Gaga

Kemudian pada tahun 2020, Oreo melakukan kolaborasi dengan penyanyi internasional Lady Gaga menghasilkan Oreo berwarna merah muda dengan krim hijau.

5. Oreo x Game of Thrones

Pada tahun 2019, Oreo melakukan kolaborasi dengan Game of Throne dengan menghasilkan biskuit Oreo bergambar Game of Throne.

6. Oreo x Blackpink

Kemudian pada tahun 2022, Oreo melakukan kolaborasi dengan menggandeng *girl group* asal Korea Selatan Bernama Blackpink. Kolaborasi ini menghasilkan varian Oreo berwarna merah muda dengan krim berwarna hitam, serta bonus *photocard* member Blackpink didalamnya.

C. Blackpink



GAMBAR 2. 2 Member Blackpink, Jisoo, Rose, Jennie, Lisa
Sumber: Tribunews.com, 27 November 2022

Blackpink adalah *girl group* asal Korea Selatan yang memulai debut pertamanya pada 8 Agustus 2016 dengan album pertamanya *Square One*, namun baru beberapa minggu *single* mereka yang berjudul *Boombayah* sukses besar (Hati, 2022). Selang 2 bulan Blackpink kembali mengeluarkan album barunya berjudul *Square Two*, dengan lagunya *Playing With Fire* dari album *Square Two* ini, Blackpink sukses membuka jalannya di dunia musik dunia karena telah memasuki The Canadian Hot 100 chart (Handayani, 2023). Tidak hanya itu, Blackpink juga berhasil meraih rekor dunia di Guinness karena video klip “*How You Like That*” yang berhasil mendapatkan lebih dari 86 juta penayangan dalam perilisan hari pertamanya. Prestasi demi prestasi diraih oleh Blackpink, salah satunya mereka berhasil menjadi *girl group* K-Pop pertama tampil di panggung Coachella, dan pada 22 April 2023 Blackpink terpilih sebagai artis Asia pertama yang menjadi *Headliner* Coachella tersebut. Dari situlah *girl group* asal Korea Selatan ini bisa populer hingga saat ini (Quirinno, 2023). Nama Blackpink sendiri juga mengartikan perpaduan antara warna gelap yang berarti kuat serta pemilihan

genre hip-hop memberikan kesan keren, kemudian dipadukan dengan warna cerah pink dengan kesan feminis dan lembut (Putri, 2023).

Blackpink memiliki jumlah followers yang cukup banyak di berbagai akun sosial mediana, *Instagram* Blackpink sendiri yang Bernama “Blackpinkofficial” memiliki 54,2jt *followers* terhitung pada tanggal 1 April 2023. Belum dari akun masing-masing member Blackpink yang memiliki jumlah *followers* lebih besar dari Blackpink Official. Member pertama Bernama Rose memiliki jumlah *followers* pada akun instagramnya 69,9jt, kemudian Jisoo berjumlah 70,9jt *followers*, lalu Jennie berjumlah 76,6jt *followers*, dan member terakhir dengan jumlah *followers* terbanyak adalah Lisa yaitu 91,2jt *followers*.

D. Blackpink Sebagai *Brand Ambassador*

Blackpink sudah dipercaya menjadi *brand ambassador* merek terkenal dunia seperti Channel, Dior, Yves Saint Laurent, Celine, Adidas, Olens, Bvlgari, dan pernah menjadi *brand ambassador* dari *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia (Permatasari, 2022). Pengaruh mereka menjadi *brand ambassador* sangat kuat, terlihat ketika menjadi *brand ambassador* Channel, dalam waktu 2 minggu setelah mengkampanyekan produk mereka, Channel mendapat untung hingga USD 1,7 juta, begitu pula dengan *brand* Bvlgari bekerjasama merancang jam tangan edisi terbatas dengan membuat desain yang terinspirasi dari bunga favorit salah satu member Blackpink

yaitu Lisa, bunga tersebut adalah edelweiss, dalam waktu hanya satu minggu dapat menghasilkan hingga USD 3,3 juta (Permatasari, 2022).

