

BAB II

IKLAN LEMONILO

A. Profil Iklan Lemonilo

PT Lemonilo Indonesia Sehat, juga dikenal sebagai Lemonilo, didirikan oleh co-CEO Shinta Nurfauzia, Ronald Wijaya, dan Johannes Ardiant (Chief Product & Technology). Lemonilo, merupakan marketplace yang menjual produk-produk sehat dan alami dengan harga terjangkau, awalnya produk Lemonilo ini muncul pada tahun 2016. Selain e-commerce, produk Lemonilo sekarang dapat dibeli melalui aplikasi mobile, serta beberapa supermarket dan minimarket. Saat ini Lemonilo sudah terdapat di 28 wilayah di Indonesia.

Konsula, sebuah startup kesehatan yang didirikan tahun 2015, menjadi inspirasi bagi Lemonilo. Setelah itu, Lemonilo secara resmi diluncurkan pada 1 Oktober 2016, dengan gagasan hidup sehat. Selain memastikan produknya bebas dari bahan berbahaya, Lemonilo juga berkomitmen untuk memberikan harga terbaik bagi konsumen. Hal ini berangkat dari pengamatan para pendiri sebelumnya tentang makanan sehat yang beredar di pasaran dengan harga tinggi.

Pada toko online lemonilo.com, Mie Goreng Rasa Mie Goreng Lemonilo secara resmi diperkenalkan pada September 2017 sebagai penawaran perdana perusahaan. Mie Instan Lemonilo selanjutnya dijual secara offline, di supermarket dan minimarket, untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat. Berangkat dari popularitas Mie Goreng Instan,

Lemonilo terus menciptakan dan memperkenalkan produk yang lebih sehat. Hingga tahun 2020, Lemonilo telah memasarkan dan menjual lebih dari 40 produk secara online.

Lemonilo menerbitkan aplikasi seluler pada Maret 2019 yang dapat diperoleh dari Google Play Store dan App Store. Pada Januari 2022 Lemonilo telah resmi memperkenalkan dan menggandeng *boyband* Korea yang bernama NCT Dream.

B. Profil Member atau Anggota NCT Dream

NCT Dream merupakan *boyband* yang berasal dari Korea Selatan, Tak hanya memiliki bakatnya dan mengedepankan visual, selain itu memiliki nama yang sudah besar, karena memang mereka adalah grup yang berada dibawah naungan agensi terbesar dan masuk ke dalam Top 3 Agensi Entertainment di Negara Korea Selatan. Agensi tersebut bernama SM Entertainment.³⁴

³⁴ Rini, 'Biodata Lengkap 7 Member NCT Dream', *Parboaboa.Com*, 2022
<<https://Parboaboa.Com/Biodata-Lengkap-7-Member-Nct-Dream>> [Accessed 12 September 2022].

Gambar 2.1
Profile Member NCT Dream



Rangkaian foto diatas adalah foto para anggota NCT Dream yang beranggotakan 7 orang masing-masing pada foto twibbon, tertera foto serta nama panggilan mereka. Ada Jaemin, Chenle, Jisung, Juno, Haechan, Renjun, dan Mark. Mereka semua adalah members atau anggota dari *boyband* NCT Dream.³⁵

³⁵ Kpopchart, 'Lemonilo Gaet Anggota NCT DREAM Jadi Bintang Iklan', *Www.Kpopchart.Net*, 2022 <<https://kpopchart.net/2022/01/lemonilo-gaet-anggota-nct-dream-jadi-bintang-iklan.html>> [Accessed 12 September 2022].

C. Alur Iklan Lemonilo

Iklan Lemonilo versi “Apapun Dream Kamu Wujudkan Bersama Lemonilo X NCT Dream” yang berdurasi 30 detik dalam media Youtube dan memiliki beberapa scene yang menceritakan tentang ketujuh member NCT Dream yang sedang mencicipi serta memamerkan makan mie instan dari produk Lemonilo itu sendiri, lalu satu per satu dari member NCT Dream memberikan opini atau pendapat mereka tentang rasa dari mie Lemonilo. Sehingga mereka merekomendasikan mie Lemonilo kepada masyarakat yang menonton atau menyaksikan iklan tersebut tentang keunggulan dari mie instan sehat dari Lemonilo. Dan ditutup dengan jargon *iconic* dari iklan ini yaitu “Lemonilo, NCT Dream, Saranghae” yang berarti NCT Dream (masing-masing dari para member) menyukai mie Lemonilo. Berikut merupakan beberapa gambar dari beberapa scene dari dalam iklan Lemonilo versi Apapun Dream Kamu, Wujudkan Bersama Lemonilo X NCT Dream.

D. Deskripsi Iklan Lemonilo

Iklan ini diambil dari Youtube resmi brand Lemonilo. Semiotika bertujuan untuk mengetahui makna-makna yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna tersebut sehingga di ketahui bagaimana komunikator mengonstruksi pesan.³⁶ Iklan ini menarik untuk diteliti karena produk Lemonilo baru meluncurkan Iklan tersebut pada 12 Januari 2022

³⁶ Eryza, ‘Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Iklan Konsumen Rokok Gudang Garam Internasional Di Media Youtube’ (IAIN Bengkulu, 2021).

lalu, dan mengajak *boyband* Korea yaitu NCT Dream untuk berkolaborasi dan menjadi Brand Ambassador dari produk Lemonilo.

Iklan Lemonilo ini merupakan iklan komersil yang di publikasikan oleh PT. Lemonilo Indonesia Sehat. Dalam *campaign* iklan ini penulis mengambil satu video yang ditayangkan atau dipublikasikan melalui media Youtube yang berdurasi sekitar 30 detik. Video ini dapat diakses melalui channel Youtube Lemonilo dengan *keyword* “Iklan Lemonilo NCT Dream”

Atau dengan diakses juga menggunakan link sebagai berikut (<https://www.youtube.com/watch?v=QHG1Q1qvSfw>) video ini bersumber dari channel resmi dari perusahaan PT. Lemonilo Indonesia Sehat sehingga nama channel Youtubanya adalah “Lemonilo”. Hingga saat ini terbukti bahwa iklan ini telah ditonton sebanyak 3.113.856 kali dan mendapat like sebesar 21 ribu dari penonton. Sejak di upload pada tanggal 12 Januari 2022. Terbukti iklan ini cukup banyak diminati oleh peneonton.

Namun selain menggunakan media Youtube, produk Lemonilo sendiri juga memanfaatkan beragam media yang digunakan sebagai media promosinya. Seperti menggunakan aplikasi media sosial yaitu Tiktok dan juga Instagram. Upaya ini dilakukan tidak lain yaitu untuk menarik banyak konsumen, terutama para konsumen dikalangan remaja dan penggemar dari NCT Dream sehingga membeli produk dari Lemonilo. Strategi lain yang digunakan produk Lemonilo dalam menarik konsumen yaitu ketika iklan terbaru dari Lemonilo versi “Apapun Dream Kamu, Wujudkan Bersama

Lemonilo X NCT Dream” resmi diluncurkan pada bulan Januari kemarin, produk Lemonilo yang berkolaborasi dengan NCT Dream sebagai Brand Ambassador ini mengeluarkan edisi kemasan mie khusus.

Dalam satu kemasan mie Lemonilo akan terdapat *photocard* dari para member NCT Dream, edisi ini dapat ditemukan dalam tiga varian produk Lemonilo yaitu Mie Goreng, Mie Kuah Ayam Bawang, dan Mie Kuah Kari Ayam. Dari laman resmi Lemonilo, diinformasikan beberapa keuntungan saat konsumen telah membeli produk Lemonilo di edisi spesial tersebut yaitu akan berkesempatan mendapatkan Photocard member NCT DREAM atau Lemonilo Fit Card. Lemonilo Fit Card adalah kartu yang berisi info seputar gaya hidup sehat.³⁷

³⁷ Flexypack, 'Kemasan Lemonilo X NCT Dream Lagi Hits, Tertarik Membelinya?', 2022 <<https://flexypack.com/news/kemasan-lemonilo-x-nct-dream>> [Accessed 2 March 2022].