

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Trend minuman kekinian menjadi salah satu trend yang sedang marak. Banyak *franchise-franchise* yang membuka gerai cabang toko yang tersebar di berbagai daerah, bahkan ada pula yang membuka kursus untuk membuat minuman kekinian tersebut. Para *influencer* pun tidak mau kalah untuk turut serta membuka *franchise* minuman kekinian.

Keikutsertaan para influencer membuka franchise ini tentu memiliki harapan brand yang dibawanya akan lebih cepat dan mudah dikenali. Salah satu influencer yang membuka usaha franchise ialah Jerome Polin. Jerome Polin merupakan salah satu influencer muda berprestasi yang memiliki jumlah followers sebanyak 7,2 jt di akun instagram dan memiliki subscriber sebanyak 10jt di akun YouTube nya.

Tentu dengan jumlah angka followers dan subscriber pada akun Instagram dan YouTubenya yang tidak sedikit tersebut membuat Jerome menaruh harapan pada brand yang dibuatnya menjadi lebih mudah dikenali oleh khalayak luas. Brand yang dibuatnya ialah Menantea yang merupakan minuman teh kekinian. Menantea resmi memiliki toko pertamanya di Jl Tomang Jakarta Barat pada 10 April 2021 lalu.

Antusias dari masyarakat terlihat ketika gerai toko pertama Menantea akan di buka. Pasalnya sebelum membuka gerai toko pertama Jerome Polin sempat meminta pesan dukungan kepada followersnya yang ditunjukkan ke nomor WhatsApp Jehian kakaknya.

“Sebelum itu terjadi, Jerome sempat meminta pengikutnya mengirim pesan dukungan untuk membuka toko ke nomor WhatsApp milik Jehian. Sekitar 27 ribu chat yang masuk saat itu membuat Jehian sampai kesulitan membuka nomor pribadinya”, ((Dinny Mutiah, 2021). Melihat Antusias dari pengikutnya membulatkan tekad Jerome membuka gerai toko Menantea.

Melihat antusiasme *followers* Jerome sebelum pembukaan gerai toko Menantea ini menjadi dasar fenomena penelitian yang akan penulis lakukan. Memang saat pembukaan gerai toko Menantea masyarakat terlihat begitu antusias. Hal tersebut dapat kita lihat dari ramainya antrian yang ada, terkecuali saat pembukaan gerai toko Menantea yang ada di Pontianak pada tanggal 26 juni 2021 di sungai jawi, dan pada tanggal 22 agustus di jalan setia budi Pontianak.

Dari *screenshootan* layar (gambar 1.1) dapat kita lihat pengunjung yang datang saat *grand opening* di Pontianak tidak terlalu ramai. Bahkan setelah momen *grand opening* tersebut kedua gerai toko Menantea di Pontianak ini terlihat sepi pembeli. Hal ini dapat dilihat dari hasil kunjungan penulis ke gerai toko Menantea di Pontianak (gambar 1.2).

Gambar 1.1

Tangkapan Layar Grand Opening Menantea di Pontianak



Sumber: youtu.be/3Efy8rNuJF8

Gambar 1.2

Gerai Toko Menantea di Jl Setia Budi Pontianak



Sumber: Dokumentasi pribadi penulis

Sepinya pengunjung di gerai toko Menantea di Pontianak membuat penulis melihat adanya kesenjangan antara harapan dan realita Jerome Polin sebagai influencer terkenal yang tentu saja memiliki harapan brand Menantea yang dimilikinya dapat dikenali khalayak luas. Seperti yang kita tahu fungsi seorang influencer pada sebuah brand dapat membantu brand dikenali dengan lebih cepat dan mudah.

Tentu saja adanya sosok Jerome yang melekat pada brand Menantea ini membuat khalayak mengingat produk Menantea pertama kali pada kategori produk saat ingin melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2009:179), kesadaran merek adalah kemampuan untuk mengidentifikasi (mengakui atau mengingat) merek dalam kategori dengan cukup rinci dalam melakukan pembelian.

Dalam membangun *brand awareness* sebuah produk diperlukan adanya usaha secara berkala dan konsisten agar apa yang dibangun melekat di benak khalayak. Misalnya dapat dilakukan dengan *branding* logo, tagline, maupun warna identik yang dipakai pada *brand* tersebut. Semakin konsisten dalam membangun *brand awareness* maka akan semakin kuat pula *brand awareness* yang terbangun.

Jika *brand awareness* ini sudah terbangun kuat maka ketika konsumen mengingat kategori suatu produk, *brand* pertama yang terlintas di benak ialah *brand* produk tersebut. Artinya dalam hal ini, *brand awareness* yang sudah terbangun mencapai puncak pikiran (*top of mind*). Untuk itu setiap *brand*

diperlukan adanya suatu kekhasan yang berfungsi sebagai pembeda dalam kategori produk.

Semakin khas suatu *brand* maka semakin baik, karena akan dijadikan sebagai pembeda dengan *brand* lainnya. Misalnya pada *brand* Menantea, sesuatu yang khas dari *brand* ini ialah nama menu yang berbau mata pelajaran Matematika. Nama menu tersebut ialah Matemateaka dan Integral. Dalam membangun *brand awareness* di benak khalayak Menantea menggunakan media sosial Instagram @menantea.toko.

Dilihat dari postingan Instagram @menantea.toko sering melakukan promo yang ramah bagi pelajar. Misalnya promo yang berhubungan dengan pelajaran Matematika.

Gambar 1.3

Tangkapan Layar Promo Pelajar



Sumber : Instagram @menantea.toko

Promo yang berhubungan dengan kuis Matematika ini dilakukan karena sejalan dengan *personal branding* dari pemiliknya yakni Jerome Polin. Promo yang dilakukan

berkaitan dengan Matematika ini merupakan salah satu upaya dari Menantea untuk membangun *brand awareness* kepada khalayak. Upaya yang dilakukan pada promo berbau Matematika ini bertujuan untuk menunjukkan kekhasan dari *brand* Menantea.

Agar ketika khalayak khususnya pelajar ingat pada pelajaran Matematika, yang terlintas dibenak ialah Menantea. Akun Instagram Menantea saat ini memiliki jumlah *followers* 663 ribu sejak bergabung di Instagram pada 6 Maret 2021 dan jumlah unggahan sebanyak 295. Akun Instagram Menantea terbilang aktif dalam mengunggah konten.

Bila diamati, Menantea mengunggah konten setiap hari atau dua hari sekali. Adanya rutinitas konten yang aktif diunggah menunjukkan upaya yang konsisten dalam membangun *branding* Menantea di benak khalayak luas. *Branding* yang berusaha dibangun pada Menantea begitu kental dengan pemiliknya yakni Jerome Polin yang ditunjukkan pada promo yang diadakan Menantea.

Melihat dari jumlah *followers* akun Menantea dan Jerome Polin terlihat jauh berbeda. Dimana jumlah *followers* Menantea 663 ribu sedangkan Jerome Polin 7,2 juta. Untuk itu berdasarkan uraian diatas penulis akan melakukan penelitian apakah ada hubungan Personal Branding Jerome dengan Brand Awareness Menantea?

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengunjung yang datang ke gerai toko Menantea sepi meskipun ada promo.
2. Jumlah *followers* Menantea lebih sedikit dibanding jumlah *followers* Jerome Polin.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memfokuskan pada ada atau tidaknya hubungan *personal branding* Jerome Polin dengan *brand awareness* Menantea.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, diketahui rumusan masalah yang dapat diambil untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Adakah hubungan *personal branding* Jerom Polin dengan *brand awereness* menantea?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji dan menganalisis hubungan *personal branding* Jerome dengan *brand awereness* Menantea.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Berikut manfaat yang diharapkan penulis:

1.6.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca khususnya dibidang komunikasi pemasaran mengenai hasil penelitian seberapa besar hubungan dan pengaruh personal branding dengan brand awareness menantea
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitiannya, khususnya mengenai hubungan personal branding terhadap brand awereness

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Pengusaha

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan akan menambah wawasan dan pengetahuan bagi pihak manajemen sebagai bahan pertimbangan dan informasi dalam mengambil kebijakan atau keputusan yang tepat untuk *personal branding* dan *brand awereness* bagi keberlangsungan jangka panjang perusahaan.

b. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian diharapkan dapat menambah wawasan secara teoritis yang diperoleh selama berada dibangku kuliah dengan realita yang ada.