

BAB II

PROFIL IKLAN DAN *BRAND AMBASSADOR HEAD & SHOULDERS*

1.1 Periklanan *Head & Shoulders*

Menjadi salah satu *brand* sampo yang sangat terkenal dengan anti ketombe asal Amerika, *Head & Shoulders* menggunakan iklan sebagai salah satu strategi pemasarannya untuk bisa bersaing dengan *brand* sampo lainnya. Iklan sangat dibutuhkan *brand* kecil maupun besar untuk membangun perusahaannya. *Brand* yang terkenal akan membawa pengaruh baik terutama pada peningkatan penjualan produk. *Head & Shoulders* sebagai *brand* sampo yang memiliki citra elegan dan modern selalu membuat iklan dengan menggandeng *brand ambassador* yang juga elegan dan modern. Namun, iklan yang diproduksi hingga tahun 2019 masih mengusung konsep iklan sampo pada umumnya yang memperlihatkan model dengan rambut kotor, kusut, ketombe, dan lain-lain, setelah menggunakan sampo *Head & Shoulders* menjadi lebat, bersih dari ketombe, dan harum.

Gambar 2.1 Cuplikan Iklan *Head & Shoulders* “*Bloopers*” Tahun 2019



Sumber : Youtube.com

Hingga pada tahun 2019 akhir, *Head & Shoulders* dengan *brand ambassador* yang baru yaitu Joe Taslim mengungkap iklan dengan konsep *bloopers* yang berdurasi 42 detik. Iklan ini menyita perhatian hingga mendapatkan 5,5 juta viewers dalam satu minggu penayangannya. Dalam iklan tersebut Joe Taslim tampil jenaka dengan peran yang menggambarkan kesulitannya dalam melafalkan merek *Head & Shoulders*.

Gambar 2.2 Cuplikan Iklan *Head & Shoulders* “Joe Taslim x Fadil Jaidi – Siapakah BA *Head & Shoulders* Selanjutnya?” Tahun 2022



Sumber : Youtube.com

Viralnya iklan *Head & Shoulders* ternyata berulang kembali pada iklan terbarunya yang berjudul “Joe Taslim x Fadil Jaidi – Siapakah BA *Head & Shoulders* Selanjutnya?” yang di rilis pada 27 Mei 2022. Iklan tersebut berhasil mencapai *viewers* 100 juta lebih dan menjadi trending topik warganet. Iklan ini menceritakan tentang anggapan bahwa semua cowok itu sama, tapi dibantah dan ditolak mentah-mentah oleh Joe Taslim dan Fadil Jaidi sebagai pemeran pada iklan bahwa mereka adalah cowok beda karena memakai sampo yang berbeda juga yaitu sampo *Head & Shoulders*. Dalam iklan yang diperankan mantan atlit judo tersebut,

Joe Taslim melakukan aksi heroik mulai dari melompat pagar hingga mengendarai motor dengan *free style*. Kemudian disusul dengan tingkah humor dan konyol Fadil Jaidi dengan celotehnya yang lucu. Meskipun mereka bermacam-macetan dan melakukan banyak aktivitas, namun tetap terlihat *cool* dengan tampilan rambut yang tetap rapi dan bersih karena menggunakan sampo *Head & Shoulders*.

Iklan juga menerapkan pendekatan strategis yang sangat signifikan untuk mempengaruhi pola pikir audiens. Dengan memahami kebutuhan konsumen dan mengikuti perkembangan zaman, *brand* tentu akan lebih diterima oleh berbagai kalangan. Iklan *Head and Shoulders* yang berjudul “Joe Taslim x Fadil Jaidi – Siapakah BA *Head & Shoulders* Selanjutnya?” berhasil mendapatkan empati publik karena berhasil menembus angka *viewers* yang jauh dari iklan-iklan sebelumnya bahkan dari iklan *brand* sampo lain yang di produksi dalam kurun waktu yang hampir sama. Bahkan tidak hanya trending di Youtube saja, namun di sosial media Twitter dan Instagram, topik iklan ini masih terus diperbincangkan warganet hingga menjadi trending topik juga. Selain karena strategi konsep iklan *Head & Shoulders* yang luar biasa, hal tersebut juga didukung oleh strategi penggunaan *brand ambassador* yang mana di dalam iklan sendiri *brand ambassador* tentu menjadi pendukung terciptanya iklan yang efektif dan menarik.

1.2 Brand Ambassador Head & Shoulders

Brand Ambassador menjadi strategi pemasaran yang banyak dimanfaatkan perusahaan-perusahaan sekarang ini. Tidak hanya sebagai perwajahan/perwakilan dari sebuah merek saja, namun *brand ambassador* dengan daya tariknya mampu memengaruhi target market karena bisa memberikan kesan dan kepercayaan yang baik di mata khalayak.

Head & Shoulders Indonesia sendiri sudah menggandeng beberapa selebriti tanah air sebagai wajah yang dapat mencerminkan *brand* tersebut. Berikut *brand ambassador* dari masa ke masa yang digandeng oleh *Head & Shoulders*:

1. Darius Sinarthrya dan Asmirandah

Aktor dan pesinetron, Darius Sinarthrya dan Asmirandah dipilih menjadi *brand ambassador Head & Shoulders* pada tahun 2011 karena dinilai mewakili kebutuhan laki-laki dan perempuan Indonesia yang aktif dan energik. Selain itu mereka sangat berprestasi dan selalu tampil segar meskipun sering melakukan aktivitas di luar ruangan.

2. Joe Taslim

Aktor internasional yang sudah membintangi berbagai film yang tayang di beberapa negara ini dipilih menjadi *brand ambassador Head & Shoulders* pada tahun 2019. Senior *Communications Manager* P&G Indonesia mengungkapkan bahwa dipilihnya Joe Taslim karena melihat Joe sebagai representasi pria yang modern dan sesuai dengan karakter *Head & Shoulders*. Selain itu sosoknya yang inspiratif melalui *campaign #MoveOnBro* diharapkan bisa menginspirasi anak-anak muda Indonesia. Tak salah, nyatanya iklan yang dibintangi Joe Taslim berhasil trending hingga mendapatkan *viewers* berjuta-juta penonton dan menjadi perbincangan dimana-mana terutama media sosial.

3. Chelsea Islan

Sebagai dukungan kepada perempuan Indonesia untuk peduli merawat kulit kepala, *Head & Shoulders* Indonesia menggandeng Chelsea Islan sebagai *brand ambassador* baru dengan mengusung *campaign #MoveOnBeb* yang bertujuan mengajak para perempuan Indonesia agar lebih peduli terhadap kesehatan rambutnya tanpa ketombe dengan beralih ke sampo anti ketombe *Head & Shoulders*. Chelsea Islan diperkenalkan *Head & Shoulders*

sebagai *brand ambassador*nya pada tahun 2021 karena sosoknya yang inspiratif dan modern sesuai dengan karakter *Head & Shoulders*.

4. Joe Taslim dan Fadil Jaidi

Setelah sukses membawa *Head & Shoulders* viral pada tahun 2019, tahun 2022 kembali *Head & Shoulders* menggandeng Joe Taslim. Kali ini berkolaborasi dengan Fadil Jaidi, seorang youtuber dan selebgram yang sedang naik daun dengan jumlah *followers* yang terus meningkat bahkan melebihi *followers* Joe Taslim di intagramnya. Fadil digandeng untuk bersanding bersama Joe Taslim sebagai *brand ambassador Head & Shoulders* yang baru.

Karakter Joe Taslim yang modern dan Fadil Jaidi yang lucu digabungkan dalam konsep iklan yang humor namun tetap elegan, berhasil kembali membuat iklan *Head & Shoulders* viral dan menjadi *trending topic* di berbagai sosial media. Sosok Joe Taslim yang maskulin, moden, dan inspiratif dianggap sangat cocok untuk bisa menginspirasi anak-anak muda jaman sekarang agar tetap berprestasi namun juga tetap menjaga kesehatan rambut dan juga kulit kepala dengan sampo *Head & Shoulders*. Ditambah daya tarik selebgram dan yotuber Fadil Jaidi yang memiliki jumlah pengikut yang banyak digandang bisa mempengaruhi banyak khalayak untuk mengikutinya dengan gaya humornya sehingga bisa diterima berbagai kalangan.

1.3 Kondisi Persaingan *Brand* Sampo di Indonesia

Head & Shoulders merupakan salah satu merek yang sangat dikenal dalam industri perawatan rambut global, khususnya dalam produk sampo anti-ketombe dari P&G Global (*Procter & Gamble Company*) Amerika Serikat sejak tahun 1961.

P&G adalah perusahaan internasional yang memproduksi barang dengan pergerakan yang cepat. Kantor pusat P&G berada di Cincinnati, Ohio, Amerika Serikat yang berdiri sejak tahun 1837. Didirikan oleh seorang pembuat lilin yaitu William Procter dan James Gamble, seorang pembuat sabun.

Gambar 2.3 Poster Promosi Produk *Head & Shoulders*



Sumber : Head&ShouldersArabia.com

Head and Shoulders sendiri di Indonesia sangat berpotensi untuk produk sampo anti ketombe karena Indonesia yang berada di daerah tropis. Dilansir dari website resmi *Head & Shoulders*, sampo ini mengklaim menjadi merek sampo anti ketombe nomor satu di dunia. Keberhasilan *Head & Shoulders* dalam mengembangkan teknologi perawatan rambut dan kulit kepala terletak pada ketelitian para ilmuwan dan pengembangan produknya. Kualitas hasil riset dari tim ilmuwan *Head & Shoulders* telah menciptakan kesan positif di kalangan professional global. Sebagai hasilnya, merek ini telah mendapatkan rekomendasi dari berbagai organisasi dan individu. Sebagai contoh, dalam sebuah survei di kongres dermatologi dunia, 86% ahli kulit kepala merekomendasikan penggunaan ZPT dan produk *Head & Shoulders* (Rahayu, 2011).

Popularitas *Head & Shoulders* sendiri di Indonesia sudah cukup di kenal masyarakat luas. Lebih lagi dengan kegiatan pemasaran yang selalu dilakukan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terkait brand *Head and Shoulders*. Sempat masuk dalam list Top Brand Index pada posisi ke 8 bersanding dengan brand sampo lain dari tahun 2015 hingga 2017, nyatanya *Head & Shoulders* tidak mampu menaikkan posisinya bahkan data tahun berikutnya tak lagi tercantum brand *Head & Shoulders* hingga tahun ini 2023. Semenjak iklan-iklannya viral yang digadang mampu meningkatkan penjualan pun nyatanya tak sesuai harapan. Berdasarkan data penjualan sampo terlaris di Shopee periode Kuarta II tahun 2022, *Head & Shoulders* menempati urutan 6 masih kalah dengan brand sampo lain terutama *L'Oreal* yang berada di posisi teratas. *Head & Shoulders* dengan total penjualan kurang lebih 29,7 ribu transaksi memiliki *sales revenue* Rp.2.4 miliar di platform Shopee jauh dari *L'Oreal* yang menduduki peringkat pertama berhasil mencapai sekitar 47,1 ribu transaksi dan menghasilkan *sales revenue* Rp.6.4 miliar hampir 3 kali lipatnya (Compas, 2022).

Data lain juga menunjukkan bahwa setelah viralnya iklan-iklannya dan menjadi *trending topic* pembicaraan di berbagai media sosial tak mampu meningkatkan penjualan *Head & Shoulders*. Merek sampo yang paling sering digunakan sepanjang tahun 2022 ternyata terbanyak diraih oleh Pantene dengan sebanyak 47,5% responden mengaku memakainya dan yang memakai merek *Head & Shoulders* sendiri hanya setengahnya yaitu sebanyak 29,3% (Ahdiat, 2023).

Pada kenyataannya, viralnya iklan-iklan sampo *Head & Shoulders* belum mampu meningkatkan penjualan dan minat masyarakat terhadap sampo tersebut. Posisi *Head & Shoulders* yang jauh lebih banyak diperbincangkan warganet belum mampu menggeser penjualan sampo-sampo lainnya.