

BAB III

METODOLOGI

3.1. *Bear Brand*

Bear Brand merupakan produk susu sapi yang terbuat dari 100% susu murni tanpa bahan pengawet, kemurnian yang ada pada susu *Bear Brand* dapat membantu menjaga kesehatan dan proses pemulihan tubuh. *Bear Brand* merupakan salah satu *brand* yang diproduksi oleh PT *Nestle S.A* yang berpusat di Vevey, Swiss. Perusahaan *Nestle* mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 1971, di Indonesia *Nestle* telah mempekerjakan lebih dari 3.300 karyawan dan telah mengoperasikan 4 pabrik yaitu pabrik kejayan di Jawa Timur untuk mengelola produk susu seperti *Dancow* dan *Bear Brand*, Pabrik Panjang di Lampung untuk mengolah kopi instan *Nescafe*, Pabrik Cikupa di Banten untuk memproduksi produk kembang gula *Fox's*, *Polo* dan *Crunch*, serta Pabrik Karawang di Jawa Barat untuk memproduksi *Dancow*, *Milo* dan *Cerelac* (diakses melalui <https://www.nestle.co.id/ina/tentangnestle> pada tanggal 8 April 2016).

Awal diproduksinya susu *Bear Brand* di Indonesia dimulai dari tahun 1980-an yang pada zaman tersebut produksi susu segar di Indonesia maju pesat, sehingga timbulnya kebutuhan akan pabrik pengelolah susu yang baru. Hingga pada tahun 1988 pabrik *Nestle* di Jawa Timur mulai memproduksi produk susu seperti *Dancow*, *Carnation*, *Milkmaid*, dan *Bear Brand* ini yang menjadi awal adanya produk susu *Bear Brand* di Indonesia (<http://doniaoe2.blogspot.co.id/> diakses pada tanggal 16 Mei 2016)

Di Indonesia *Bear Brand* dikenal dengan susu kaleng siap saji, produk *Bear Brand* di Indonesia adalah *Bear Brand* yang merupakan susu sapi 100% murni yang berkemasan kaleng, dan juga *Bear Brand Gold* yang dimana produk ini memiliki dua rasa yaitu *white tea* dan *white malt*. *Bear Brand Gold* memiliki kesamaan dengan *Bear Brand* akan tetapi produk ini adalah versi dari *Bear Brand* yang memiliki farina rasa, *white tea* adalah farina rasa yang mengandung teh putih dari daun teh, sedangkan *white malt* memiliki kandungan malt.

Perbedaan yang terdapat dalam *Bear Brand* dan *Bear Brand Gold* bukan hanya dari rasanya saja namun juga dari volume produknya dan juga kandungan gizi yang ada pada tiap produk. Dalam volume produk, *Bear Brand* biasa lebih banyak yaitu 189ml sedangkan *Bear Brand gold* 140ml. Kandungan gizi *Bear Brand* biasa hanya memiliki nutrisi dari susu, sedangkan untuk *Bear Brand gold* memiliki tambahan nutrisi, untuk *Bear Brand gold* rasa *white tea* memiliki tambahan kandungan vitamin A, C, dan E yang membantu proses regenerasi kulit dan mencegah kerusakan sel kulit lebih, untuk rasa *white malt* memiliki kandungan vitamin B1, B2, B6, B12 yang membantu mempercepat proses pengolahan energi (<https://www.nestle.co.id/ina/produk/minumansiapminum/bearbrand> diakses pada tanggal 9 April 2016).



Gambar 3.1.Kemasan *Bear Brand*

Sumber : <https://www.nestle.co.id/asset-library/PublishingImages/Produk/MinumanSiapMinum/BEAR%20BRAND%20all.png>

Dalam memasarkan produknya *Bear Brand* menggunakan iklan *Above The Line* (ATL) dan *Below The Line* (BTL). Akan tetapi penggunaan iklan ATL lebih menonjol dalam produk *Bear Brand* ini. Penggunaan iklan ATL yang paling menonjol adalah iklan televisinya. Iklan televisi *Bear Brand* Indonesia pertama kali ditayangkan adalah pada tahun 2009, yang dimana pada tahun tersebut merupakan tahun naga. Disini awal mula dari penggunaan naga dalam iklan *Bear Brand* Indonesia.

3.2. Merek Kompetitor

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kompetitor memiliki pengertian sebagai orang yang bersaing dan saling berlomba untuk memojokan perusahaan lawan. Sedangkan dalam kamus bisnis kompetitor dapat diartikan sebagai perusahaan dalam industri yang sama dan menawarkan produk atau servis yang mirip, kehadiran kompetitor dapat mempengaruhi harga pada barang atau jasa, dan juga pasar pemasaran menjadi terbagi (<http://www.businessdictionary.com/definition/competitor.html> diakses pada tanggal 14 Mei 2016).

Kompetitor dari *Bear Brand* tidak jauh dari produk yang ia tawarkan yaitu susu siap saji, yang dimana brand yang memiliki produk sejenis adalah :

1. *Frisian Flag* (Susu bendera)

Menurut website pribadi *frisian flag*, PT Frisian Flag Indonesia (FFI) adalah produsen produk-produk nutrisi yang berbasis susu untuk anak-anak di Indonesia yang menggunakan merek "*Frisian Flag*" atau yang dikenal juga dengan sebutan susu bendera. Pada awalnya nama perusahaan susu ini adalah *Freieschan Vlag*, setelah tahun 2002 nama perusahaan ini baru diganti menjadi PT Frisian Flag. Produk Frisian Flag yang paling ditonjolkan adalah produk susu kental manisnya, karena produk tersebut merupakan produk pertama dari *Frisian flag* ini. Awal mula *Frisian flag* ini datang ke Indonesia adalah pada tahun 1968, dan setelahnya dibangunlah pabrik di pasar Rebo yang digunakan untuk memproduksi susu kental manis tersebut. Susu kental manis *Frisian flag* telah menjadi

susu kental manis yang paling banyak dikonsumsi pada tahun 1998. Produk susu siap saji *Frisian flag* ini mulai diproduksi pada tahun 1991, Susu siap saji *Frisian flag* memiliki berbagai jenis rasa dan ukuran, yang dikarenakan *positioning* dari produk ini adalah susu untuk anak-anak (<https://www.frisianflag.com/tentang-kami/frisian-flag-indonesia/> diakses pada tanggal 14 Mei 2016).



Gambar 3.2. Kemasan *Frisian Flag*

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dalam memasarkan produknya *Frisian flag* menggunakan iklan ATL dan BTL, pada kedua iklan tersebut memiliki tema keluarga atau anak-anak yang merupakan *positioning* dari produknya.

full cream, Low fat hi-calcium, dan varian rasa seperti coklat, strawberi, dan moka.



Gambar 3.4. Kemasan Susu *UltraMilk*

Sumber: <http://dragonforce.ultrajaya.co.id/dragonforce/images/picture5.png>

Tentu untuk tetap unggul dalam mempertahankan produknya PT Ultrajaya melakukan promosi untuk setiap produknya. Selain menggunakan iklan BTL tentu juga penggunaan iklan ATL digunakan juga. Seperti salah satu iklan ATL dari produknya yaitu *ultramilk*, *Televise Commerical* (TVC) *ultramilk* menarik karena memiliki *unity*, yang dimana *unity* pada *ultramilk* terlihat dari kemasan hingga iklan televisi, pada kemasan *ultramilk* terdapat gambar ilustrasi seekor hewan sapi dan berlatar belakang padang rumput yang terdapat seekor hewan sapi dan sebuah rumah. Pada iklan televisi susu *ultramilk* berceritakan dimana terdapat seorang anak laki-laki dan seorang pria yang berkunjung ke peternakan sapi yang dimana pada awalnya sang anak mengelus sapi di sebuah padang rumput dan kemudian dilanjutkan sang anak laki-laki dan pria berkunjung ke tempat dimana sapi-sapi dirawat. *Unity* yang terdapat

dalam susu *ultramilk* dapat terlihat dengan jelas yaitu dimana pada kemasan terdapat padang rumput dan pada iklan juga terdapat padang rumput, lalu juga adanya seekor sapi pada kemasan dan ada pula potongan iklan dimana sang anak laki-laki mengelus seekor sapi (<http://www.ultrajaya.co.id/>, yang diakses pada tanggal 16 Mei 2016)



Gambar 3.5. Iklan Televisi *Ultra Milk*

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=7GNBjYjEm7U>

3.3. Iklan Televisi *Bear Brand* 2013

Iklan televisi (TVC) dari *Bear Brand* sangatlah menarik perhatian, karena memiliki keunikan didalam menggunakan tanda visualnya. Salah satu iklan *Bear Brand* yang paling menarik adalah TVC *Bear Brand* versi 2013.

Iklan ini diawali dengan pemandangan pegunungan yang puncaknya lancip dan berbentuk seperti segitiga, salah satu dari pegunungan tersebut memiliki air terjun

yang mengalir cukup deras. Disekitar pegunungan terlihat adanya tumbuhan yang tumbuh dengan subur dan berwarna hijau d segar. Cuaca terlihat damai dan tenang terlihat dari warna langit yang biru dan matahari yang memancarkan sinarnya. Namun, tak lama kemudian masuklah sesosok yang menghancurkan pegunungan yang ada air mancurnya, sosok tersebut berhasil menghancurkan gunung-gunung hingga pecah dan berubah menjadi pecahan batu. Pada saat karakter mendekati pegunungan, suasana yang ada di pegunungan berubah menjadi mencekam, langit berubah menjadi warna merah dan tumbuhan yang ada di sekitar pegunungan pun layu. Setelah sesosok monster tersebut keluar menembus dari pegunungan yang terdapat air terjunnya, tak lama keluarlah seekor naga dari air terjun tersebut. Sang naga memiliki warna putih dan terlihat marah. Saaat naga tersebut keluar, monster langsung mengambil salah satu pecahan batu dan melemparnya ke arah naga.

Setelah batu tersebut dilempar naga menangkap batu tersebut dan melempar kembali ke monster. Dalam seketika monster langsung menghancurkan batu tersebut dan menghentakan kakinya untuk loncat menuju ke naga, dan begitu juga dengan naga yang langsung terbang menuju ke arah monster. Setelah mereka bertemu, terjadilah pertarungan. Namun, saat monster hendak menghampiri naga, monster memegang trisula yang ada di punggungnya dan langsung melancarkan serangannya menggunakan trisula untuk menusuk naga. Akan tetapi, naga berhasil menghindari, pertarungan sangatlah mencekam didukung dari efek petir yang keluar dan warna merah pada langit. Pertarungan antara naga dan monster berlangsung dengan cepat, saat naga berhasil menghindari serangan dari monster,

naga langsung melilit kaki monster tersebut dan menariknya kearah depan dan langsung melilit pinggang monster tersebut hingga monster tersebut pecah, pada saat naga menarik monster trisula yang dipegang oleh monster terpentak sehingga monster tidak dapat menyerang naga dengan senjatanya lagi.

Ketika monster telah dikalahkan oleh naga, monster mengeluarkan bulatan cahaya yang dimana pada saat cahaya tersebut keluar keadaan kembali kesemula yang dimana tumbuhan kembali tumbuh, pegunungan kembali ke warnanya, dan juga langit yang merah kembali menjadi biru. Saat keadaan di sekeliling naga berubah, naga pergi kearah menuju kamera dan tiba-tiba terdapat sebuah kaleng *Bear Brand*, naga muncul dari arah kiri frame lalu naga mengitari kaleng tersebut dan masuk ke dalam kaleng tersebut.



Gambar 3.6. Pertarungan antara Naga dan Monster

Sumber: Dokumentasi Pribadi