

1. PENDAHULUAN

Iklan merupakan upaya untuk menawarkan suatu barang atau jasa yang dilakukan secara komersial. Iklan umumnya bisa dibuat untuk berbagai media, mulai dari media cetak koran dan majalah, media elektronik radio dan televisi, serta media digital terutama media sosial. Seiring perkembangan teknologi, kemajuan pesat juga terjadi dalam industri iklan. Iklan kini dapat dikemas dalam berbagai bentuk kreatif yang menarik.

Bentuk kemasan iklan juga dapat diperlihatkan dari aspek *storytelling* dan aspek visual yang ditonjolkan. Penggunaan *brand ambassador* juga banyak dilakukan untuk lebih menarik minat masyarakat untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa tersebut. Pada zaman sekarang semakin banyak perusahaan yang menggunakan *brand ambassador* sebagai strategi untuk mempromosikan produk yang dijual. *Brand ambassador* sendiri merupakan tokoh populer yang dipilih oleh perusahaan untuk mempromosikan produk yang akan dijual. *Brand ambassador* yang dimaksud juga bervariasi, misalnya ada perusahaan yang menggunakan penyanyi sebagai *brand ambassador*, dan ada juga yang menggunakan aktor untuk keperluan tersebut. Penggunaan *brand ambassador* yang tepat akan menambah minat masyarakat untuk melihat produk yang disediakan oleh perusahaan tersebut.

Pemilihan *brand ambassador* oleh perusahaan biasanya dipengaruhi dari prestasi dan tingkat popularitas *brand ambassador* tersebut. Salah satu *brand ambassador* yang memiliki tingkat popularitas tinggi adalah Joe Taslim. Joe Taslim saat ini dikenal sebagai aktor kelas internasional dan merupakan *brand ambassador* dari perusahaan penyedia jasa pengiriman Lion Parcel. Beberapa film yang pernah dimainkannya adalah *The Raid* (2011), *Fast & Furious 6* (2013), *The Raid 2* (2014), *The Night Come For Us* (2018), dan *Mortal Kombat* (2021). Mayoritas film yang dimainkan oleh Joe Taslim adalah film bergenre *action*, sehingga ketika mendengar nama Joe Taslim, orang akan teringat pada aksi-aksi yang telah dimainkan oleh Joe Taslim di berbagai film.

1.1. RUMUSAN MASALAH

Dari pendahuluan yang telah tertulis di atas, maka rumusan masalah dari topik penelitian ini adalah: Bagaimana penilaian terhadap penggunaan *brand ambassador* Joe Taslim dalam iklan “Lion Parcel Cashback Berkali Kali”?

Batasan penilaian tersebut mengacu pada empat elemen dari model *VisCAP*, yaitu *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power*.

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Penulis membuat penelitian ini dengan tujuan untuk memberi informasi bagaimana penilaian terhadap pemilihan aktor Joe Taslim sebagai *brand ambassador* pada iklan Lion Parcel yang dikaitkan dengan karakternya dalam naratif dan genre iklan tersebut. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan dalam pembuatan iklan yang menggunakan bintang iklan atau *brand ambassador* terkenal.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA