

LAMPIRAN

1. Dokumentasi Wawancara dengan Key Informan & Informan

Key Informan : Ibu Indah



Lokasi : PT. Kino Indonesia Tbk, Alam Sutera



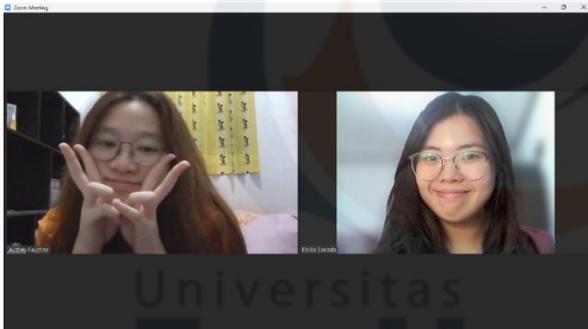
Informan 1 : Kelly Meliana

Lokasi : Citywalk Gajahmada



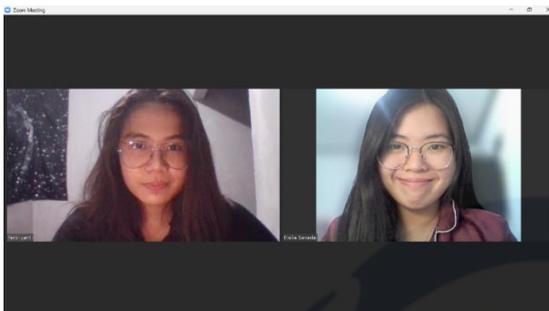
Informan 2 : Audrey Faustine

Lokasi : Via Zoom Meet



Informan 3 : Ferbi Yanti Fatmasari

Lokasi : Via Zoom Meet



Model AISAS <i>Awareness atau Attention</i>	
1.	<p>Apa yang membuat iklan youtube Click dapat menarik perhatian audiens/khalayak?</p>
	<p>Jawaban Bu Indah : “NCT 127 kami pilih sebagai Brand Ambassador karena kami merasa terdapat kesamaan strategi dan visi dengan brand kami yaitu, Different. Peran mereka saat pembuatan konten :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pose kegiatan yang berbeda beda 2. Menjadi komunikator saat pembuatan konten QnA 3. Shooting mulai dari slogan dan konten-konten lainnya <p>Mostly di iklan kami itu mereka berperan sebagai seseorang yang menjalani kehidupan yang “different” mengajak khalayak untuk merasakan “the different” dengan mencoba inovasi baru yaitu pasta gigi click. Untuk perannya sendiri ya pasti mempromosikan produk kami ya. Membuat konten untuk tayangan iklan. Tentu dengan mereka mempromosikan pasta gigi kami, mereka pasti memberikan testimonial melalui video yang kami unggah di social media kami ya, disana mereka mengekspresikan “how different” pasta gigi click, serta manfaat-manfaat dari masing masing produk. Karena fokus kami sekarang adalah membangun awareness, mengingat kami juga merupakan brand baru. Jadi kami memilih youtube sebagai media mengiklankan brand kami karena kami bisa menjangkau khalayak yang lebih luas dengan youtube ads.</p> <p>Mohon maaf sebelumnya untuk teknis youtube ads merupakan confidential jadi kami tidak bisa menyebutkan apa saja dan bagaimana youtube ads bekerja.</p> <p>Tentu pasti yang mudah ditebak, segmentasi pasar kami adalah fans NCT tapi tidak menutup kemungkinan non fans NCT akan tertarik dengan produk kami.”</p> <p>Jawaban Informan 1 : “Dari salah satu konten youtube mereka, peran yang mereka bintanginya itu jadi diri sendiri, jadi berbeda dari yang lain. Karna iklannya agak lain sama iklan-iklan pasta gigi yang lain.</p> <p>Jawaban Informan 2 : Peran mereka di iklan itu adalah untuk ngenalin varian-varian rasa pasta gigi click melalui iklan</p> <p>Jawaban Informan 3 : Peran NCT 127 itu jadi orang yang ngasih tau ke publik, kalo pasta gigi jaman sekarang itu udah beda dari yang lain. Dari pesan tersirat konten iklan nya mereka, dimana tuh biasanya iklan pasta gigi rata-rata lebih nge highlight pasta giginya, tapi ini ada di salah satu konten yang nge highlight tentang mereka yang mau jadi berbeda dari yang lain.”</p>
Intertest	
2.	<p>Apakah dengan menggunakan NCT 127 pada iklan youtube dapat meningkatkan rasa keingintahuan terhadap pasta gigi Click?</p>

	<p>Jawaban Bu Indah :</p> <p>“Tentu ada dong, karena mereka salah satu boy band terkenal dan memiliki fans yang banyak ya, lingkup internasional. Dan juga mereka sudah terbiasa dengan dunia entertain seperti ini, banyak juga brand brand lokal yang menjadikan NCT 127 sebagai BA nya loh. Jadi kami yakin mereka sudah pasti memiliki keahlian dalam mempromosikan produk.</p> <p>Tentu kami percaya dengan menjadikan nct 127 dapat meningkatkan brand awareness brand kami. Kami pasti melihat kembali ya apalagi kalau berbicara tentang kepercayaan sudah pasti segmentasi. Karena BA yang kami pakai juga dari Korea Selatan yang kita tau pasti banyak sekali fans dari kalangan laki laki maupun perempuan. Jadi kalau untuk kepercayaan pasti fans nya percaya kalau produk yang mereka gunakan juga produk terbaik untuk fansnya. Kami rasa dari situ cukup bisa dibilang mendapatkan kepercayaan publik ya. “</p>
Search	
3.	Bisa diceritakan secara singkat awal mula terciptanya Brand Click Differently ini? Bagaimana khalayak bisa mencari informasi mengenai pasta gigi Click?
	<p>Jawaban Bu Indah :</p> <p>“Jadi awal mula Brand Click Differently itu adalah pas kita melihat minat masyarakat indonesia yang cukup tinggi apalagi akan produk kecantikan korea selatan ya. Maka dari itu kita membuat inovasi nih k-oral care pertama di indonesia. Selain itu kami sadar juga sih, karna setiap orang kan mau pinya gigi yang putih makanya di produk kami terdapat bahan aktif natural Himalayan Pink Salt. Kami pertama hard launching pada 4 Juli 2022.</p> <p>Official store kami juga ada di beberapa marketplace ya di shopee, tokopedia, lazada, dan blibli. Trus untuk social media kita ada beragam ya mulai dari youtube, instagram, twitter, dan tik tok.”</p>
Action	
4.	Apakah khalayak membeli produk pasta gigi click setelah melihat iklan yang dibintangi oleh NCT 127 atau ada hal lain yang mempengaruhi khalayak membeli pasta gigi ini?
	<p>Jawaban Informan 1 :</p> <p>Tentu faktor utamanya bukan karena dibintangi sama NCT 127 ya. Packaging nya bagus banget, keliatan cocok juga buat semua kalangan, kalau biasanya beli pasta gigi yang isi nya dikit, bisa deh beralih kesini karna harga nya affordable dan bisa beli nya online jadi gak usah ke offline storenya.</p> <p>Jawaban Informan 2 :</p> <p>Iya, NCT 127 menjadi faktor utama sih buat orang-orang beli produk ini. Karena pasti fans NCT 127 pada serbu varian rasa kesukaan artis favoritnya.</p> <p>Jawaban Informan 3 :</p> <p>Faktor utama pasti karena NCT 127 ya, mereka kharismatik, punya fans yang banyak. Karena di iklanin nya itu masing-masing anggota</p>

	ada 1 varian rasa pasti fansnya beli sesuai dengan varian rasa artis idolanya, gitu sih.
Share	
5.	Apakah konten yang diposting di youtube dapat diposting kembali di media lainnya?
	Jawaban Bu Indah : “Kalau ini kami pasti filter ya, ada yang akan kami posting dan ada yang gak kami posting di medsos lain karena youtube ini kami sudah fokuskan untuk lebih ke kontennya NCT127. Selain itu juga media youtube sangat mudah digunakan, iklan kami dapat dijangkau khalayak banyak. Terakhir kami mengiklankan slogan “Sikat gigi bareng aku yuk. Pesan nya adalah dengan menggunakan produk kami, kami ingin memberikan pengalaman berbeda dalam menjaga kesehatan gigi dan mulut.”.

Strategi Brand Awareness Brand Click Differently	
Menjadi Berbeda dan dikenang	
1.	<p>Apa yang membuat brand click ini berbeda dan dikenang oleh khalayak?</p> <p>Jawaban Ibu Indah :</p> <p>Yang pertama :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak variasi rasa pada pasta gigi ini dan dapat digunakan oleh orang dewasa 2. Packaging yang colorful dan menarik <p>Berbeda dari produk pasta gigi lainnya, Click ingin memberikan pengalaman berbeda dalam menjaga kesehatan gigi dan mulut. Melalui campaign #FeelTheDifference.</p>
Melibatkan Slogan dan Jigle	
2.	<p>Apakah dalam membangun brand awareness ini ada slogan atau jigle?</p> <p>Jawaban Ibu Indah :</p> <p>Tentu ada ya slogan kita adalah “Sikat gigi bareng aku yuk” yang diucapkan sama Jaehyun NCT 127</p>
Penampakan Simbol / frase	
3.	<p>Apa frase atau simbol yang dipakai untuk membangun brand awareness?</p> <p>Jawaban Ibu Indah :</p> <p>Bisa dilihat dari merk kita kok, kalau untuk simbol kita gak ribet-ribet sih. Cukup dengan tulsian “Click” aja.</p>
Publisitas	
4.	<p>Akun sosial media apa saja yang digunakan untuk mempromosikan brand click?</p> <p>Jawaban Ibu Indah :</p> <p>Sebenarnya kita ada di beberapa platform ya, mulai dari twitter, instagram, youtube, dan tik tok. Tapi kita lebih fokus dulu nih ke instagram dan youtube. Instagram khusus posting sales content, promo-promo, informasi mengenai brand, dll.</p> <p>Kalau di youtube lebih ke konten aja sih, konten si NCT 127 nya.</p>
Sponsor Kegiatan	

5.	Selain promosi melalui social media apakah ada kegiatan sponsor yang dilakukan brand untuk meningkatkan brand awareness?
	Jawaban Ibu Indah : Tentu ada ya, waktu itu di tanggal 04 Desember s/d 05 Desember 2022 pas konser Neo City The link itu kan konsernya NCT 127, nah kami ada buka booth disana sebagai sponsor kegiatan.
Pertimbangan Perluasan Merk	
6.	Apakah ada perluasan merk diluar dari booth booth sponsor ataupun dari marketplace online? Seperti meletakkan merk ini di merk lain?
	Jawaban Ibu Indah : Untuk pertimbangan perluasan merk kami sudah ada pertimbangan, sementara yang sudah kami jalankan adalah open reseller, dan kami juga ada dibeberapa offline store jadi kami gabung sama merk lain. Salah satu offline store nya sih di Watson ya, karna watson itu udah di cap kan sebagai toko kecantikan dan kesehatan. Selebihnya kami masih melalui online marketplace.
Menggunakan Tanda-tanda atau cues	
7.	Apa tanda-tanda atau cues saat campaign yang mengarahkan khalayak untuk melihat produk click? Dan apa yang membuat khalayak dapat tertarik untuk mencari tau tentang brand click ini?
	Jawaban Ibu Indah : Saat campaign kami pasti selalu menyelipkan #FeelTheDifference. Karena memang visi dan strategi kami adalah untuk menjadi different.