

# Analisis Resepsi Followers Tentang Brand Ambassador Raffi Ahmad dalam akun @erigostore

Oleh:

Lily Amelia Umroh

Ainur Rochmaniah

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Februari, 2024

# Pendahuluan

Sebelum adanya internet, kini sudah berubah dengan adanya digital marketing sudah cukup efektif dalam mendukung upaya suatu perusahaan. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, digital marketing mengalami berbagai perubahan dan modifikasi dalam wujud yang lebih modern. Saat ini kita berada dalam era bisnis yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan media sosial yang pesat. Oleh karena itu strategi digital marketing mulai beralih ke pemakaian brand ambassador.

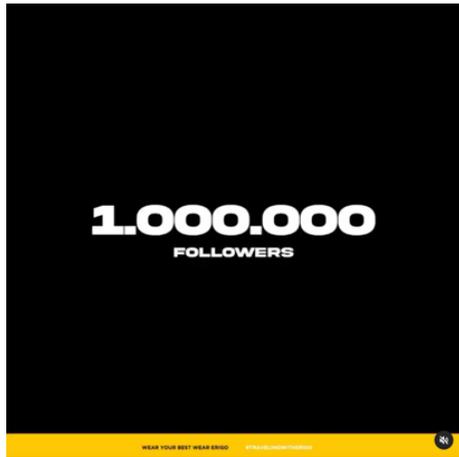
seorang brand ambassador adalah seseorang yang dikenal sebagai public figur, aktor, model dan musisi yang mempunyai media sosial dengan jumlah *followers* puluhan ribu hingga puluhan juta. Karakteristik brand ambassador yang merupakan indikator untuk mengukur seseorang adalah sebagai berikut:

- Kepopuleran (Visibility)
- Kredibilitas (Credibility)
- Daya Tarik (Attraction)
- Kekuatan(Power)

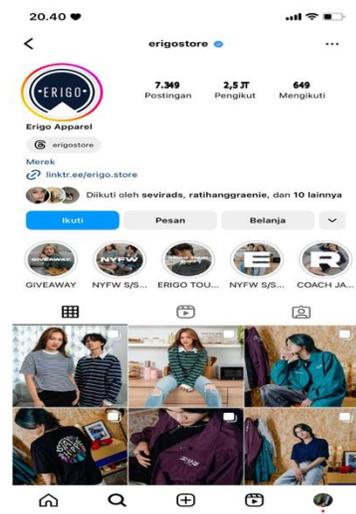
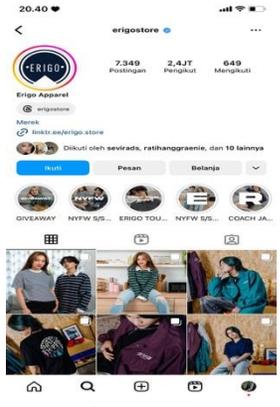
Penggunaan selebriti sebagai brand ambassador merupakan proses yang umum diterapkan oleh brand untuk meningkatkan popularitas. Salah satu produk lokal yang menggunakan brand ambassador untuk mempromosikan produknya yaitu Erigo, yang berkolaborasi dengan Raffi Ahmad.

Dalam setiap postingan brand ambassador Raffi Ahmad ada banyak respon dari netizen atau *followers* @erigostore yang ingin memiliki produk yang digunakan oleh Raffi Ahmad dengan memberikan pesan yang positif.

Raffi Ahmad, seorang artis ternama dan presenter televisi di Indonesia, telah lama menjadi salah satu tokoh publik yang memiliki pengaruh besar dalam industri hiburan tanah air, dikenal sebagai sosok yang karismatik, Raffi Ahmad memiliki jutaan *followers* di berbagai platform media sosial. Belakangan ini, Raffi Ahmad juga tampil sebagai seorang brand ambassador untuk merek fashion @erigostore, yang telah dikenal sebagai destinasi belanja fashion online yang populer.



Sebelum Raffi Ahmad sebagai brand ambassador dalam akun @erigostore, akun produk ini memiliki 1 juta *followers* pada akhir tahun 2020, kemudian CEO Erigo, M. Sadad mulai berkolaborasi dengan Raffi Ahmad pada tahun 2021 dan sampai pada akhir 2023, akun @erigostore memiliki 2,5 Juta *followers*, seperti dalam tampilan gambar diatas. Pada tanggal 4 Januari 2021, @erigostore membagikan informasi tentang kolaborasi dengan Raffi Ahmad dengan Caption "*Welcome 2021. Welcome @raffinagita1717 dan @dimas\_baam sebagai wajah @erigostore #ERIGOXRANS*" di akun Instagram @erigostore. Postingan ini berhasil mendapatkan perhatian luar biasa, mencapai 2.972.358 penonton. Dukungan dari pengikut dan audiens @erigostore dianggap sebagai kontribusi besar untuk meningkatkan citra merek lokal Indonesia. Raffi Ahmad sebagai brand ambassador mampu meningkatkan jumlah *followers* akun @erigostore.



Analisis resepsi pengikut tentang peran Raffi Ahmad dalam akun @erigostore dapat memberikan wawasan yang berharga tentang brand ambassador yang digunakan oleh merek tersebut mengartikan bahwa suatu pertunjukan, simbol, pesan, dan tanda diinterpretasikan sebagai *Preferred Reading* atau interpretasi utama dari suatu adegan atau sajian, karena khalayak sangatlah terlibat secara aktif dalam memberikan interpretasi terhadap suatu sajian atau pesan yang tengah diterima. (Stuart Hall) bahwa simbol, tanda, teks, dan bentuk visual atau gambaran dalam konteks media, penonton tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi mereka juga memiliki peran berkuasa dalam memberikan interpretasi terhadap sajian.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis resepsi followers tentang brand ambassador Raffi Ahmad dalam akun @erigostore. Penelitian ini lebih fokus pada fitur *feed* yang ada didalam instagram akun @erigostore. *Feed* adalah fitur yang menampilkan pada bagian depan instagram yang memuat kiriman dari pengguna lain yang kita ikuti di instagram, *feed* dapat berupa foto maupun video. Pengguna juga dapat berinteraksi dengan menekan tombol suka, mengomentari, menyimpan dan mengirim kiriman. Fitur *feed* yang ada di akun @erigostore berisi sekumpulan foto produk ataupun catalog terbaru erigo yang di promosikan dalam bentuk video maupun foto.

# Metode

Pilihan untuk menggunakan pendekatan kualitatif disebabkan oleh keinginan untuk secara terperinci mengeksplorasi pandangan, sikap, dan pengalaman pengikut. Subjek penelitian terdiri dari followers aktif di akun @erigostore, yang memberikan komen pada postingan yang menampilkan Raffi Ahmad. Obyek penelitian adalah akun instagram @erigostore. Informan dalam penelitian adalah followers yang aktif memberikan komen pada akun @erigostore khususnya komen terhadap postingan yang menampilkan Raffi Ahmad. Informan berjumlah 5 orang.

Penelitian ini menggunakan metode analisis konten dan melakukan wawancara secara daring(online), menggunakan *Direct massangers* (DM) dengan akun Instagram yang memberikan respons terhadap postingan di akun @erigostore, terutama yang menampilkan postingan *feed* dengan brand ambassador Raffi Ahmad. Fokus penelitian ini adalah brand ambassador Raffi Ahmad.

Analisis data dilakukan dengan mengeksplorasi variasi tanggapan atau feedback pengikut yang mengandung tanggapan terhadap penayangan konten baru yang menampilkan brand ambassador Raffi Ahmad di akun @erigostore. Pengelompokan ini disusun berdasarkan gagasan Stuart Hall (1973) mengenai tiga sikap penonton terhadap suatu tulisan, yakni; dominan-hegemonik (*Dominant Hegemonic Position*), yang dinegosiasikan (*Negotiated Position*), dan yang beroposisi (*Oppositional Position*). Akhir peneliti merangkum kesimpulan dari hasil penelitian ini.

# PEMBAHASAN

- Analisis Resepsi Followers tentang Brand Ambassador Raffi Ahmad dalam akun @erigostore.

pendekatan penelitian wawancara memungkinkan peneliti untuk bertemu langsung dan mengajukan pertanyaan langsung mengenai latar belakang dan informasi yang diperlukan, seperti Nama, karir, pendidikan, dan lain sebagainya. Nama akun pengguna merupakan salah satu jenis identifikasi yang dapat dilihat dalam pembelajaran menggunakan jawaban online. Meski demikian, identitas pelapor tidak bisa dipastikan hanya dari nama akun pengguna saja.

@erigostore merupakan akun resmi, yang memiliki perubahan disaat mengajak atau berkolaborasi dengan Raffi ahmad. Awalnya sebelum Raffi ahmad sebagai brand ambassador @erigostore. Akun produk ini memiliki 1 juta *Followers* pada akhir tahun 2020. Kemudian berkembang pesat disaat mengajak kolaborasi Raffi ahmad memiliki kenaikan yang begitu banyak sampai dengan angka 2,5 Juta *Followers*. Pemanfaatan brand ambassador membuat peningkatan followers/pengikut di akun @erigostore berkembang sangatlah cepat. Karena pada akun @erigostore sudah memiliki perkembangan dalam penggunaan fitur Instagram Stories, Highlight, Live dan juga masih banyak lagi yang dilakukan oleh @erigostore untuk menarget pasar dalam era digital saat ini.

- Informan dalam penelitian ini yang diperlukan untuk menggali lebih dalam tentang Raffi ahmad dalam akun @erigostore sebagai Brand ambassador terhadap objek penelitian sebagai data untuk penelitian, adapun karakteristik informan sebagai berikut :

**PENGIKUT AKUN RESMI ERIGO**

**MENGENALI RAFFI AHMAD**

**MEMILIKI OUTFIT BRAND ERIGO**

# INFORMAN

NO	NAMA	PENDIDIKAN	PEKERJAAN	AKUN INSTAGRAM	NO.TLP
1	TALITA RIZKIYAH LA YATASHIB PUTRI EFFENDI	S1	BELUM BEKERJA	@talitalayatashib	+6282144150516
2	DAFIAN YANUAR AKBAR	S1	FREELANCE	@fian.jpg	+62881252002059
3	RAYHAN BIMA SAKTI	S1	FREELANCE	@hansc.id	+6289635726234
4	M. SYAHRUL RIZAL	S1	FREELANCE (FOTO &VIDEO)	@syahrulrizal20	+6282229603880
5	M. GILANG RAMADHANI	S1	IT	@gilankhama	+6285392079140

# KESIMPULAN PER POINT DALAM PERTANYAAN

- **PERSEPSI**

- Sebagian besar informan menganggap Raffi Ahmad sangat populer dan sukses baik di dunia hiburan maupun bisnis. Mereka melihat Raffi Ahmad sebagai sosok yang berpengaruh, karismatik, dan sukses dalam menarik perhatian publik. Semua informan setuju bahwa Raffi Ahmad memberikan kekuatan pada produk Erigo dan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Salah satu dari informan menyebutkan keberhasilannya dalam penjualan produk hingga mencapai 5 miliar dalam waktu singkat.

- **PEMIKIRAN**

- Informan menyatakan bahwa Raffi Ahmad layak dan dipercaya menjadi Brand Ambassador Erigo karena popularitasnya yang tinggi dan reputasinya yang baik. Mereka percaya bahwa Raffi Ahmad dapat meningkatkan penjualan. Sebagian besar informan percaya bahwa produk Erigo yang dipakai oleh Raffi Ahmad lebih dipercaya dan memiliki kualitas serta eksklusivitas yang lebih tinggi dibandingkan produk yang dipakai Brand Ambassador

- **PREFERENSI**

- Informan umumnya berpendapat bahwa Raffi Ahmad lebih populer dan memiliki daya tarik yang lebih besar dibandingkan Gading Marten sebagai Brand Ambassador Erigo. Raffi Ahmad dianggap memiliki jam terbang yang lebih tinggi dan personal branding yang lebih kuat, sehingga lebih dikenal dan diakui oleh masyarakat luas. Sedangkan informan lainnya menyebutkan bahwa Raffi Ahmad berhasil menarik lebih banyak konsumen anak muda ke Erigo, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan dan eksposur merek.

- **INTERPRETASI**

- Mayoritas informan menyetujui bahwa Raffi Ahmad sangat populer dan kredibel di akun @erigostore, menampilkan daya tarik yang besar sebagai Brand Ambassador, dan mampu meyakinkan konsumen dengan efektif. Talita Rizkiyah La Yatashib Putri Effendi, Dafian Yanuar Akbar, Mochamad Syahrul Rizal, dan Mochammad Gilang Ramadhani menyatakan bahwa Raffi Ahmad sangat populer, sementara Rayhan Bima Sakti tidak setuju. Kebanyakan informan juga sepakat bahwa kredibilitas Raffi Ahmad terlihat jelas melalui akun tersebut, dengan banyak konten yang menunjukkan Raffi sebagai brand ambassador yang berhasil menarik konsumen muda. Meskipun demikian, Rayhan Bima Sakti berpendapat bahwa kredibilitas Raffi tidak terlihat dengan jelas. Selain itu, sebagian besar informan menyatakan bahwa daya tarik Raffi Ahmad ditampilkan dengan baik di akun @erigostore, meskipun Rayhan Bima Sakti merasa bahwa daya tarik tersebut tidak ditampilkan secara maksimal. Pada akhirnya, semua informan sepakat bahwa Raffi Ahmad mampu meyakinkan konsumen melalui akun @erigostore, terutama melalui penggunaan fitur Q&A dan pengaruh besar Raffi di kalangan pengikutnya

# KESIMPULAN

- Pada penelitian ini menghasilkan pengumpulan data dari informan yang memiliki outfit dari brand erigo, pengikut akun resmi erigo dan juga terlebih mengenali seorang Raffi Ahmad. Bahwa penelitian ingin menghasilkan kesimpulan yang benar-benar signifikan sesuai dengan harapan pada pelaksana sebelum wawancara. Rata-rata informan mengikuti akun @erigostore tahun yang berbeda, mulai dari 2019 hingga 2023. Mereka tertarik dengan Erigo karena berbagai alasan, termasuk pekerjaan sebagai desainer, dan ketertarikan pada fashion. Sebagian besar informan menganggap Raffi Ahmad sangat populer dan sukses baik di dunia hiburan maupun bisnis. Mereka melihat Raffi Ahmad sebagai sosok yang berpengaruh, karismatik, dan sukses dalam menarik perhatian publik.
- Menyatakan bahwa Raffi Ahmad layak dan dipercaya menjadi Brand Ambassador Erigo karena popularitasnya yang tinggi dan reputasinya yang baik. Mereka percaya bahwa Raffi Ahmad dapat meningkatkan penjualan dan eksposur merek Erigo secara signifikan. Raffi Ahmad dianggap mampu menarik perhatian konsumen muda, yang merupakan target utama Erigo. Informan menunjukkan bahwa Raffi Ahmad membawa aura kepopuleran dan daya tarik yang kuat bagi produk Erigo. Penampilannya yang mencerminkan gaya anak muda serta kemampuannya untuk memikat hati kalangan muda membuatnya sangat cocok sebagai Brand Ambassador Erigo. Beberapa informan menyukai postingan Raffi Ahmad saat ia tampil di Paris Fashion Week, menunjukkan bahwa produk lokal Indonesia mampu bersaing dengan merek internasional. Sebagian besar informan percaya bahwa produk Erigo yang dipakai oleh Raffi Ahmad lebih dipercaya dan memiliki kualitas serta eksklusivitas yang lebih tinggi dibandingkan produk yang dipakai Brand Ambassador lainnya. Mereka juga menyebutkan bahwa Raffi Ahmad berhasil menarik lebih banyak konsumen muda ke Erigo, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan dan eksposur merek. umumnya berpendapat bahwa Raffi Ahmad lebih populer dan memiliki daya tarik yang lebih besar dibandingkan Gading Marten sebagai Brand Ambassador Erigo. Raffi Ahmad dianggap memiliki jam terbang yang lebih tinggi dan personal branding yang lebih kuat, sehingga lebih dikenal dan diakui oleh masyarakat luas.

