# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

## **1.1 Konteks Penelitian**

Mendengar kata Bandung yang terlintas dalam benak pikiran anak muda adalah surganya clothing dan distro, dengan adanya identitas yang sudah menjadi branding kota bandung anak muda dikota bandung tidak berhenti untuk berkreasi dengan kemampuan yang mereka miliki sehingga dapat menciptakan produk-produk yang diminati oleh para pecinta *fashion* khususnya anak muda.

Maraknya usaha-usaha dalam bidang *fashion* khususnya *clothing* dikota bandung menjadikan persaingan yang sangat ketat dimana para perusahaan berlomba-lomba dalam memproduksi barang dengan kreativitas tinggi yang mereka punya. Tak lantas *Clothing* *Vearst Jeans* salah satu *clothing* yang ikut dalam perasiangan yang ketat dalam mengembangkan produknya dan mengembangkan pangsa pasarnya dengan persaingan yang sangat ketat dalam merebut konsumen.

*Clothing Vearst Jeans* merupakan salah satu *clothing* dibandung dengan melahirkan ide kreatif yang dapat diterima oleh masyarakat, dengan diterimanya oleh masyarakat *vearst jeans* selalu memikirkan untuk terus berinovasi membuat hal-hal yang baru agar selalu di minati oleh konsumennya.

Usaha kecil-kecilan yang pada awalnya hanya menjual kaos-kaos polos dengan berjalannya waktu dengan kreativitas yang mereka punya akhirnya memutuskan untuk membuat brand dengan memproduksi barang dengan *desain* yang mereka buat sendiri, karena ketika produk dibuat dengan desain sendiri maka mempunyai kepuasan tersendiri. *Clothing* *Vearst Jeans* didirikan pada tahun 2010 tepatnya tanggal 17 Agustus oleh Mario Panji dan Hendry yang memiliki visi dan misi yang sama untuk membentuk sebuah perusahaan yang bergerak dibidang fasion, tidak lama kemudian Riyadh yang memiliki visi dan misi sama dan akhirnya bergabung. *Clothing* *Vearst Jeans* mengeluarkan produk pertamanya diakhir tahun 2010 yang berjudul *Forest,* dari awal produk tersebut diproduksi mereka memutuskan bahwa tanggal 17 Agustus menjadi tanggal berdirinya *Vearst Jeans*.

*Vearst Jeans* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *fashion* menggunakan bahan utama denim dengan konsep “ *Quality Things*”dengan maksud mengutamakan kualitas untuk para konsumennya. *Vearst jeans* memiliki arti dan makna tersendiri, kata dari *Vearst* diambil dari kata bahasa inggris dari kata pohon cemara, namun penulisan dan penyebutan kata dirubah. Penyebutan yang sebenarnya yaitu *fir* namun disini perusahaan mengubah menjadi *first* yang dibaca *feurst*. Dengan arti menjadi nomor satu dan menjadi penghubung bagi para remaja.

*Veasrt jeans* pada awalnya sepakat untuk membuat *store* dengan tempat dirumahan yaitu di jl. Gambir Anom Buntu No.28 selain prodak dijual di *store vearst jeans* juga mensuply barang ke distro-distro lain seperti Arena Xprnc, Union Good, dan Widely Project, selain pulau jawa ada juga Bali dan Makkasar.

Produk yang diproduksi oleh *Clothing* *Vearst Jeans* tidak hanya berbahan denim saja tetapi berbahan kaospun ada, seiring dengan perkembangan waktu produk yang dibuat oleh clothing *vearst jeans* semakin banyak seperti *Tshirts, shirts, sweaters, hoodies ,jackets, denim jackets, kimonos, overalls, denim pants, work pants, short pants, bags* dan *accesories.* Produk-produk tersebut selalu menjadi salah satu yang diminati oleh para konsumennya, tak lantas *vearst jeans* harus selalu membuat kreasi baru agar konsumennya tetap setia dalam membeli produk *vearst jeans*.

Banyaknya pesaing yang bermunculan tak lantas *vearst jeans* melakukan suatu langkah dalam memperkenalkan produknya dengan cara promosi, promosi dalam suatu produk sangatlah berpengaruh besar terhadap apa yang mereka jual. Promosi dengan berbagai hal membuat produk *vearst jeans* banyak dikenal masyarakat, promosi yang dilakukan bukan hanya sekedar informasi mengenai *vearst jeans* tetapi membuat suatu promosi yang menarik perhatian para konsumennya.

Perkembangan media sosial memberikan implikasi yang cukup besar pada pemasaran khususnya promosi. Instagram salah satu media sosial yang banyak diminati juga dengan menjadi salah satu cara memaksimalkan penjualan. Instagram sebagai alat promosi yang sangat berkembang. Hal tersebut pula yang menjadi salah satu cara promosi yang effektif. Instagram memanfaatkan populatitas dan jumlah pengguna untuk menarik pembuat produk, penjual untuk memasarkan dan mempromosikan produk melalui jejaring media sosial ini.

Penjualan melalui media soasial instagram membutuhkan berbagai cara promosi agar produk yang akan dijual atau dipasarkan terlihat lebih menarik dan pada akhirnya produk yang dipasarkan laku. Adanya penjualan melalui media sosial instagramini *vearst jeans* harus melakukan beberapa cara dalam melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial instagram itu sendiri agar menghasilkan sebuah tujuan yang diinginkan.

Instagram menjadikan salah satu cara agar produk *vearst jeans* ini dapat dikenal orang banyak selain itu dapat menarik para konsumen dengan itu omzet *vearst jeans* akan semakin meningkat. Meski begitu *vearst jeans* sudah memiliki penyuka yang banyak tetapi tetap konsumen dapat membeli produk secara langsung distore yang terletak di JL. Gambir Anom No.28 Bandung, selain itu produk-produk *vearst jeans* dapat dibeli di distro seperti di arena xprn, union good, widely project. Tak lantas *vearst jeans* tetep mencoba melakukan penjualan secara *online* melalu media *online* seperti intagram, website, dan Line.

Promosi yang dilakuakan oleh *vearst jeans* menggunakan dua akun instagram mengapa karena satu akun itu khusus untuk pembelian *online* dan satu instagram khusus untuk barang-barang yang dijual distore *vearst jeans.* Selain melalui instagram *vearst jeans* melakukan penjualan melalui website, website disini menjadi salah satu cara promosi yang bagus bagi penjulanan, promosi yang dilakukan melalui website ini disajikan dengan konten halaman awal dengan memperlihatkan bahwa prodak-prodak terbaru dari *vearst jeans* dan pemilihan konten foto itu benar-benar konsisten.

Promosi melalui media sosial instagram sangatlah efektif karena masyarakat pada saat ini paling banyak menggunakan media sosial instagram ketimbang media konvensional. Berbagai strategi yang dilakukan dalam melakukan promosi *veasrt jeans* ini membuat konten tampilan instagram dengan konsisten dalam tema kontennya,selain tampilan konten yang konsisten *veasrt jeans* juga menggunakan model-model yang menarik perhatian salah satunya oleh model asing/bule, menguplode video yang berisikan tentang produk dari *vearst jeans* dengan membuat video yang sangat menarik, ketika ada diskon *vearst jeans* selalu memberikan informasi dengan menguplode pamplet pemberitahuan semenarik mungkin agar konsumen tertarik. Selain itu isi pesan melalui promosi yang sangat menarik dapat meningkatkan minat konsemen dalam penjualan.

Promosi yang dibuat oleh perusahaan memiliki khas masing-masing dengan keunikan yang berbeda-beda tetapi tetap pada satu tujuan agar meningkatkan citra perusahaan. Dengan adanya promosi yang sudah dilakukan agar meningkatkan penjualan dan dapat meningkatkan minat konsumen yang dapat menaikan omzet dari clothing *vearst jeans* itu sendiri. Dan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya.

Strategi-strategi yang sudah dibuat oleh *verast jeans* ini tak lantas atas suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan yang di inginkan. Strategi yang sudah dilakukan itu taklantas dari suatu tujuan yang sama yang dapat menghasilkan suatu kepuasan tersendiri.

Perkembangan zaman saat ini untuk mewujudkan suatu strategi promosi melalui media sosial instagram dapat dilakukan dengan cepat,tepat dan mendapatkan hasil yang memuaskan dengan tidak perlu memerlukan biaya yang sangat besar,

Mendukung dalam kesuksesan perusahaan dalam melakuakn starategi promosi melauai media sosial instagram yang baik karena bisa berdampak pada kesuksesan pemasaran yang dijalankan dalam dalam keadaan pesaingan di era informasi yang semakin melambung tinggi. Hal ini banyak perusahaan berusaha keras untuk tetap bertahan didunia bisnis. Untuk itu diperlukan suatu startegi promosi yang mengarah pada suatu penyampaian pesan yang yang efektif dan tepat sasaran. Sehingga menjadikan perusahaan tidak ditinggalkan oleh konsumenya begitu pula halnya dengan clothing *vearst jeans* memiliki strategi promosi dalam meningkatkan minat konsumen dan meningkatkan penjualan *vearst jeans*.

Masyarkat adalah sekelompok yang langsung atau secara potensi bekepentingan atau berdampak pada kemampuan perusahaan mencapai tujuan. *Public relations,* mencakup berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan produk-produk.

Berdasarkan latar belakang diatas memberikan suatu insprasi kepada peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PROMOSI CLOTHING *VEARST JEANS* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM“**

## **1.2 Fokus penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan kontek penelitian diatas maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah “ Strategi Promosi Pada *Clothing Vearst Jeans* Melalui Media Sosial Instagram”

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti akan menyusun pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana *product* yang dijual oleh *clothing* *vearst jeans* Bandung ?
2. Bagaimana *price* yang ditawarkan *clothing* *vearst jeans* Bandung?
3. Bagaimana *place* di *clothing* *vearst jeans* Bandung ?
4. Bagaimana *promotion* yang dilakukan oleh *clothing* *vearst jeans* Bandung melalui media sosial instagram ?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka peneliti mempunyai tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah :

1. Untuk mengetahui *product* yang dijual oleh *clothing* *vearst jeans* Bandung.
2. Untuk mengetahui *price* di *clothing* *vearst jeans* Bandung.
3. Untuk mengetahui *place clothing* *vearst jeans* Bandung.
4. Untuk mengetahui *promotion* yang dilakukan oleh *clothing* *vearst jeans* Bandung melalui media sosial instagram.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan praktis, kegunaan akademik dan kegunaan teoritis, yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

1. Kegunaan praktis

Bagi peneliti hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang *public relations* terutama mengenai Strategi promosi pada *clothing* *vearst jeans* melalui media sosial Instagram.

1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian mengenai strategi promosi pada *clothing* *vearst jeans* ini diharapkan bagi perguruan tinggi dapat menjadi dokumen dan dapat dijadiakan acuan bagi aktivis akademis.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, menambah pengetahuan dan pengalaman, serta menambah wawasan tentang aplikasi teori-teori dalam komunikasi yang peneliti dapat selama kuliah khususnya dalam meneliti tentang startegi promosi. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi dan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dengan topik yang berkaitan dengan penelitian ini.