**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Penelitian**

Komunikasi Pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang memiliki tujuan untuk memperkuat strategi pemasaran dengan mengaplikasikan komunikasi dengan bentuk kegiatan pemasaran khusunya dalam sebuah perusahaan tersebut. Pesaing bisnis saat ini semakin ketat tak terkecuali dibidang fesyen. Pentingnya mempunyai strategi komunikasi pemasaran ini agar suatu perusahaan tersebut memiliki daya tarik sendiri untuk citra perusahaan tersebut. Pada perkembangan bisnis yang semakin lama semakin pesat saat ini membuat para perusahaan di tuntut lebih kreatif dalam memasarkan suatu produk barang maupun produk jasa sehingga bisa menghasilkan produk yang inovatif.

Kunci utama untuk memaksimalkan tujuan perusahaan dalam menghasilkan laba yaitu terletak pada bagaimana seorang pelaku usahanya bisa memasarkan produknya., salah satunya dibutuhkan kesadaran terlebih dahulu terkait sebuah *brand* diantara *brand* lain dengan produk sejenis. Makna sebuah brand akan menciptakan persepsi masyarakat terhadap suatu produk yang memikat daya tarik terhadap produk tersebut. Sehingga pelaku usaha disini harus memikirkan bagaimana cara untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen agar membentuk kesadaran dan pemahaman mereka terhadap produk yang dikenalkannya supaya mereka memiliki rasa penasaran dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Dalam membangun sebuah *brand* yang kuat butuh rasa konsisten untuk mempertahankan identitas dari *brand* yang sudah dibangun. Salah satu cara nya dengan memanfaatkan media sosial dimana dapat mempermudah mempermudah jalannya promosi kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Karena pemasaran produk melalui media sosial dapat menumbuhkan nilai dari merek tersebut. Pemasaran yang dilakukan bisa berupa iklan. Saat ini para pelaku usaha sering memasarkan produk yang dijualnya melalui media media. Baik media cetak dan media sosial. Dengan perkembangan teknologi yang semakin meningkat ini membuat penggunaan Media Sosial saat ini semakin banyak karena media sosial ini merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memafisilitasi para pelaku usaha untuk bisa berkreativitas maupun berkolaborasi. Banyak media sosial yang dapat ditemui saat ini, diantaranya instagram, facebook dan twitter. Salah satu diantara media sosial yang sering digunakan para pelaku usaha saat ini yakni instagram. Instagram telah sukses menjadi aplikasi yang diminati banyak oleh pengguna sebagai peluang untuk berbisnis bagi para pelaku usaha salah satunya pelaku usaha mikro kecil dan menengah.

Industri usaha mikro kecil dan menengah saat ini merupakan bagian terpenting dari segi perekenomian khususnya dalam bidang fesyen. Fesyen mempunyai siklus yang biasa disebut dengan siklus *fast fashion* di mana permintaan akan sangat meningkat pada beberapa waktu sehingga akan sulit untuk diprediksi sejauh apa *trend* fesyen tersebut akan berlangsung. Karena *basic* dari fesyen sendiri yang bisa berkembang dengan cepat seiring dengan keinginan konsumen seperti yang sudah dikatakan di atas. Bisnis fesyen memang takan pernah ada matinya.. Orang akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan estetikanya dengan kegiatan produksi maupun konsumsi. Di Negara Indonesia, ada puluhan insudtri menengah dan pengrajin kecil yang banyak merintis sepatu, hal ini membuat pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah terus melakukan inovasi secara terus menerus. Makin meningkatnya sektor UMKM yang berbasis digital, mampu membantu meningkatkan ekonomi daerah dan umumnya di Indonesia. Fenomena keberadaan dan perkembangan penggunaan media sosial oleh masyakarat di Indonesia coba dimanfaatkan oleh salah satu pelaku UMKM yang berfokus pada bidang fesyen. yakni Kimbershoes. Kimbershoes merupakan salah satu UMKM yang cukup terkenal di bidang *footwear*, dengan fokus dalam memberikan pilihan pada alas kaki dengan kualitas dan bahan terbaik untuk dipakai sehari-hari. Kimber sendiri menjual sepatu wanita handmade asli produk lokal yang dikenal sebagai *Paris Van Java Handmade*. Produk yang dikeluarkan khusus untuk kaum wanita, produknya yang sangat elegan, dan nyaman dipakai. Jumlah wanita di Indonesia merupakan pasar yang potensial untuk para produsen sepatu dengan berbagai macam model yang marak hingga populer. Pertumbuhan jumlah wanita di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Sehingga hal ini tak dapat disangkal merupakan bagian integral dari kehidupan seorang wanita karena. Fesyen dan kaum wanita merupakan satu kesatuan yang membuat ikatan yang tidak terpisahkan.

 Ditengah persaingan yang ketat dengan masuknya sepatu-sepatu impor ke Indonesia, Kimber mencoba menjadi sebuah pelopor pembuat sepatu yang berbeda dengan produk sepatu lainnya dengan menyuguhkan beberapa jenis pilihan sepatu, dan warna warna yang cantik untuk konsumennya. Selain itu faktor lain nya, kimbershoes ini ingin membuat sepatu modern dengan konsep yang berbeda, hal ini menjadi sebuah ciri khas dari Kimber yang ingin menjadi wadah bisnis fesyen yang di jual secara *online* agar dapat dibeli oleh masyarakat di mana saja. Kimbershoes selalu melakukan pembaharuan mulai dari model sepatu, warna sepatu, macam macam tali sepatu dan beragam macam lain nya. Tetapi seiring berjalannya waktu dan perkembangan tren, khususnya dalam penjualan sepatu. Hal ini membuat Kimber perlu mengembangkan sekaligus mempertahakan eksistensi dari ciri khas sepatu yang mereka punya. Kimbershoes mempunyai karakteristik tersendiri dalam produknya dibandingan dengan kompetitornya, adanya pembeda ini bertujuan untuk membantu dalam kegiatan komunikasi pemasarannya yang dapat mempertahankan *Brand Image* nya. *Brand Image* juga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu merek, karena dengan adanya hal tersebut konsumen akan lebih mudah tertarik dengan produk yang ditawarkan. *Brand Image* mengacu pada sebuah skema memori pada suatu merek, yang berisikan interpretasi konsumen atau atribut, kelebihan pengguna, situasi, para pengguna, dan karakterisitk pemasar dan/atau merek tersebut. Karena apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek.

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Kimber saat ini mengikuti dengan perkembangan teknologi serta perubahan pola perilaku masyarakat khususnya dalam berbelanja online dimana hal tersebut menjadi salah satu peluang untuk memperluas jangkauan produknya. Oleh karena itu Kimber memasarkannya melalui media sosial instagram, dimana yang kita ketahui media sosial instagram saat ini sangatlah efektif dengan pengguna yang banyak juga jangkaun yang luas. Dengan menyajikan konten konten kreatif menjadi sebuah pusat perhatian warganet untuk memberikan rasa penasaran khususnya kepada konsumen yang mengikuti akun Instagam Kimber. Semakin banyaknya akun media sosial berbasis bisnis bandung menuntun @kimbershoes untuk terus membangun *brand image* sebagai akun bisnis yang terpercaya agar memperoleh loyalitas dari konsumen yang merupakan pelanggan dari @kimbershoes. Upaya membangun *brand image* tersebut diharapkan dapat membentuk citra positif akun media sosial @kimbershoes. Agar tidak kalah saing dengan berbagai akun bisnis lainnya. Penggunaan media sosial merupakan salah satu cara Kimber dalam memasarkan produknya kepada masyarakat dengan memberikan konten menarik terkait produk yang mampu mempertahankan citra merek dari produk kimber tersebut.

Strategi promosi yang dilakukan Kimber dalam menarik perhatian konsumen yakni mengadakan *giveaway* scara besar besaran diantanya seperti Tas dengan *brand* ternama, kerudung motif, membagikan saldo berupa pulsa, dan lain-lain.Sehingga calon konsumen yang melihat akan merasa bahwa Kimber ini sudah memiliki jangkauan cukup luas sehingga berani untuk mengadakan promo besar besaran untuk terus mengangkat nama *brand* kimber itu sendiri. Selain itu, dengan perkembangan tren yang ada melakukan *endorsement* kepada *influencer* merupakan cara Kimber untuk terus mengembangkan produk yang mereka punya karena persaingan yang ada didepan mereka perlahan semakin ketat. Lalu, mereka mengutamakan sekali dengan menjaga kualitas dari segi ketahanan dan kenyamanan sepatu, dimana kualitas dari sepatu tersebut dapat menambah citra merek dari produk Kimber yang notabene nya bahwa Kimber ini produk sepatu lokal yang cocok digunakan kepada setiap kalangan. Mempertahankan suatu *Brand image* yang kuat pastinya juga dapat membangun dan meningkatkan secara berkala terkait *brand personality* yang dapat melekat di benak dan hati khalayak publik.

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Kimber ini sudah di rencanakan karena meliht pesaing bisnis khususnya dalam bidang fesyen. Sadar akan perkembangan teknologi yang begitu masif dan didukung oleh. Oleh karena itu sudah menjadi keharusan bagi perusahaan untuk melaksanakan promosi dengan strategi komunikasi pemasaran yang tepat agar dapat memenuhi target yang akan dicapai. Promosi yang dilakukan harus sesuai dengan keadaan perusahaan. Sehingga, komunikasi pemasaran yang dilakukan dapat menjadi sebuah yang mampu membuat sebuah UMKM Kimber ini berusaha menyampaikan dengan nilai jual yang dimiliki oleh nya, diantaranya yakni meliputi mutu dan kualitas serta kepuasan konsumen dari produk sepatu yang dimiliki oleh Kimber. Dari citra atau *branding* yang dibentuk Produk Kimbershoes melalui instagram dilihat berdasarkan apa yang dipostingnya serta apresiasi yang diberikan melalui fitur komentar yang ada didalam instagram menyangkut postingannya.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik dan memutuskan untuk mengkaji penelitian yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KIMBERSHOES UNTUK MEMPERTAHANKAN *BRAND IMAGE* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”**

**1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, peneliti memfokuskan penelitian berdasarkan **“Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Kimbershoes Untuk Mempertahankan *Brand Image* Melalui Media Sosial Instagram”**

**1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana *Product* (Produk) pada Kimbershoes untuk mempertahankan *brand image* melalui Media Sosial Instagram?

2. Bagaimana *Price* (Harga) pada Kimbershoes untuk mempertahankan *brand image* melalui Media Sosial Instagram?

3. Bagaimana *Place* (Tempat) pemasaran pada Kimbershoes untuk mempertahankan *brand image* melalui Media Sosial Instagram?

4. Bagaimana *Promotion* (Promosi) pada Kimbershoes untuk mempertahankan *brand image* melalui Media sosial Instagram?

**1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**1.3.1** **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam melaksanakan penelitian ini sebagai syarat ujiaan sidang skripsi program strata satu (S1) kajian Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung adalah sebagai berikut :

1) Mengetahui bagaimana *Product* pada Kimbershoes untuk mempertahankan *brand image* melalui media sosial instagram.

2) Mengetahui bagaimana *Price* pada Kimbershoes untuk mempertahankan *brand image* melalui media sosial instagram.

3) Mengetahui *Place* Pemasaran pada Kimbershoes untuk mempertahankan *brand image.*

4) Mengetahui *Promotion* pada Kimbershoes untuk mempertahankan *brand image* melalui media sosial Instagram.

**1.3.2 Kegunaan Penelitian**

**1.3.2.1 Kegunaan Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan baham kajian pengembangan ilmu pengetahuan yakni komunikasi khususnya bidang kajian Hubungan Masyarakat (Humas).

2. Penelitian ini dapat diharapkan melengkapi kepustakaan dalam bidang Ilmu Komunikasi.

3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian yang jauh lebih luas bagi para peneliti yang tertarik dalam kajian komunikasi pemasaran khususnya promosi.

 4. Untuk mengetahui promotion yang dilakukan untuk memasarkan Kimbershoes melalu media sosial instagram.

**1.3.2.2 Kegunaan Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu bahan masukan pemikiran dalam menambah wawasan pengetahuan mengenai kajian bidang Ilmu Komunikasi khususnya bidang kajian Hubungan Masyarakat terutama mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Kimbershoes untuk mempertahankan *Brand Image* melalui Media Sosial Instagram.