

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Maraknya usaha-usaha dalam bidang *fashion* khususnya *clothing* dikota Tangerang Selatan membuat persaingan yang sangat ketat dimana para perusahaan berlomba-lomba dalam memproduksi barang yang kreatif. Hal ini tak lantas membuat *goody* sebagai salah satu *clothing* ikut dalam persaingan ketat dalam merebut konsumen.

Goody merupakan salah satu *clothing* tengerang selatan melahirkan ide kreatif yang dapat diterima oleh masyarakat, dengan diterimanya oleh masyarakat *goody* 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 dan memproduksi barang dengan *desain* yang mereka buat sendiri, karena ketika produk dibuat dengan desain sendiri maka mempunyai kepuasan tersendiri. *Goody* didirikan pada tahun 2013 merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *fashion* menggunakan bahan utama denim dengan konsep “*Quality Things*” dengan maksud mengutamakan kualitas untuk para konsumennya.

Produk yang diproduksi oleh *Goody* tidak hanya berbahan denim saja tetapi berbahan kaospun ada, seiring dengan perkembangan waktu produk yang dibuat oleh *clothing goody* semakin banyak seperti *Tshirts, shirts, sweaters, hoodies*

,jackets, denim jackets, overalls, denim pants, work pants, short pants, bags dan *accessories*. Produk-produk tersebut selalu menjadi salah satu yang diminati oleh para konsumennya.

Banyaknya pesaing yang bermunculan tak lantas *goody* 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 *goody* banyak dikenal masyarakat.

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 efektif. Instagram memanfaatkan popularitas dan jumlah pengguna untuk menarik pembuat produk, penjual untuk memasarkan dan mempromosikan produk melalui jejaring media sosial ini.

Penjualan melalui media sosial 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 instagram ini *goody* harus melakukan beberapa cara dalam melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial instagram itu sendiri agar menghasilkan sebuah tujuan yang diinginkan.

Instagram merupakan salah satu cara agar produk *goody* ini dapat dikenal orang banyak dan dapat menarik para konsumen sehingga omzet akan semakin

meningkat. Meski *goody* sudah memiliki penyuka yang banyak yang membeli produk secara langsung distore, *Goody* tetap mencoba melakukan penjualan secara *online* melalui media *online* seperti Instagram, website, dan Line.

Promosi yang dilakukan oleh *goody* menggunakan dua akun Instagram mengapa karena satu akun itu khusus untuk pembelian *online* dan satu Instagram khusus untuk barang-barang yang dijual distore *goody*. Selain melalui Instagram *goody* melakukan penjualan melalui website, website disini menjadi salah satu cara promosi yang bagus bagi penjurangan, promosi yang dilakukan melalui website ini disajikan dengan konten halaman awal dengan memperlihatkan bahwa produk-produk terbaru 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 membuat konten tampilan Instagram dengan konsisten dalam tema kontennya, selain tampilan konten yang konsisten juga menggunakan model-model yang menarik perhatian, mengupload video yang berisikan tentang produk dari *goody* dengan membuat video yang sangat menarik, ketika ada diskon selalu memberikan informasi dengan mengupload pemberitahuan semenarik mungkin agar konsumen tertarik. Selain itu isi pesan melalui promosi yang sangat menarik dapat meningkatkan minat konsumen 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 menaikkan omzet dari clothing *goody* itu sendiri. Dan dapat bersaing dengan clothing lainnya.

Strategi-strategi yang sudah dibuat oleh *goody* ini tak lepas atas suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi yang sudah dilakukan itu tak lepas 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 melakukan strategi promosi melalui media sosial instagram yang baik karena bisa berdampak pada kesuksesan pemasaran yang dijalankan dalam keadaan persaingan di era informasi yang semakin melambung tinggi. Hal ini banyak perusahaan berusaha keras untuk tetap bertahan di dunia bisnis. Untuk itu diperlukan suatu strategi promosi yang mengarah pada suatu penyampaian pesan yang efektif dan tepat sasaran. Sehingga menjadikan perusahaan tidak ditinggalkan oleh konsumennya begitu pula halnya dengan clothing *goody* memiliki strategi promosi dalam meningkatkan minat konsumen dan meningkatkan penjualan.

Masyarakat adalah sekelompok yang langsung atau secara potensi kepentingan 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 GOODY 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 Goody* Melalui Media Sosial Instagram”.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

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

1. Bagaimana *advertising* yang dilakukan oleh *clothing goody*?
2. Bagaimana yang sales promotion ditawarkan *clothing goody* ?
3. Bagaimana *publicity* di *clothing goody* ?
4. Bagaimana *personal selling* yang dilakukan oleh *clothing goody*?
5. Bagaimana *direct marketing* oleh *Goody* ?

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 goody*.
2. Untuk mengetahui *price* yang ditawarkan *clothing goody*.
3. Untuk mengetahui *place* di *clothing goody*.
4. Untuk mengetahui *promotion* yang dilakukan oleh *clothing goody*
5. Untuk mengetahui *direct marketing* oleh *Goody*

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 tvf footwear* melalui media sosial Instagram.

2. Kegunaan Akademis

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

3. 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 strategi 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.

