

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Di era yang begitu pesat dengan segala perkembangan ini, industri kreatif menjadi salah satu aktivitas budaya atau ekonomi yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, serta bakat dari seseorang untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja. Industri kreatif dipandang semakin berpengaruh terhadap perkembangan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di abad ke-20, melalui dari pengetahuan, kreativitas, dan inovasi. Sebagian orang berpendapat bahwa “kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama”. Perkembangan teknologi yang begitu cepat memberikan kemudahan bagi setiap individu untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Sekarang masyarakat tidak lagi mengenal jarak dan waktu untuk saling berhubungan berkat keberadaan internet, *smartphone*, dan sosial media.

Mengingat bahwa perkembangan teknologi begitu pesat, maka strategi komunikasi dalam pemasaran sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan untuk mencapai hasil yang maksimal. Strategi komunikasi pemasaran merupakan sebuah rangkaian perencanaan yang disusun secara sistematis dan terorganisir, perencanaan ini dipersiapkan secara efektif dan efisien sebelum diaplikasikan dalam kegiatan pemasaran.

Salah satu *brand* lokal yang turut berkontribusi dalam bidang industri *fashion* adalah Hi Jack Sandals. Berdiri pada tanggal 1 September 2010, pada awalnya selain memasarkan produk sendiri, Hi Jack Sandals juga menjadi vendor untuk *brand* lain dari bahan-bahan sandal yang sudah tidak digunakan. Pemilihan nama Hi Jack Sandals sendiri setelah dirumuskan memiliki makna yang menggambarkan para perompak, *rebel*, dan senang dengan petualangan. Namun saat ini dalam penggunaannya, kata Hi Jack lebih cenderung digunakan sebagai kata sapaan, Hi-Jack! (Hai Jack) agar hubungan dengan para konsumen dapat terasa lebih intim.

Berdasarkan berita yang dikutip dari idntimes.com, Hi Jack Sandals menduduki urutan pertama dalam kategori rekomendasi *local brand* penyedia produk sandal.

(<https://men.idntimes.com/style/indra/merek-sandal-lokal-cowok/full> diakses pada 30/09/2017 pukul 19:42 WIB).

Gambar 1.1.1 Website Idn Times

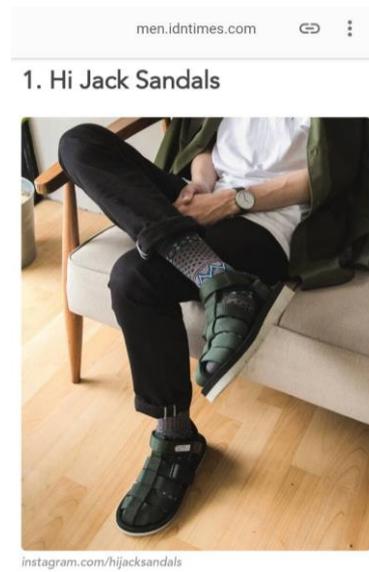


Gambar 1.1.3 Website Idn Times



### 3. Navara

Gambar 1.1.2 Website Idn Times



Gambar 1.1.4 Website Idn Times



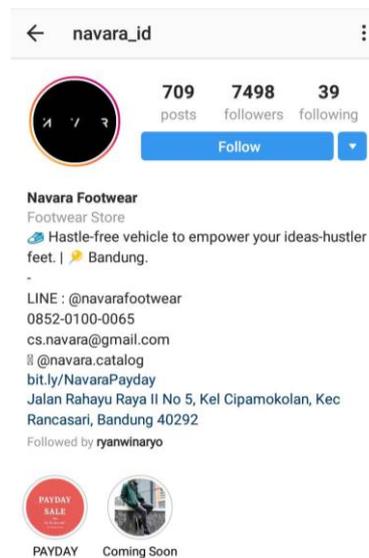
Hi Jack Sandals merupakan sebuah *local brand* yang menyediakan produk berupa sandal dengan tiga kategori yaitu *Daily*, *Vogue*, dan *Travelling*. Berdasarkan hasil kegiatan wawancara pra-riset yang dilakukan dengan *Creative*

Director Hi Jack Sandals, Irvando Dityawan, didapatkan fakta bahwa brand Hi Jack Sandals merupakan pionir dalam industri kreatif yang fokus sebagai penyedia produk sandal (bukan *footwear*) dan tidak menjual produk lain selain sandal. “Menurut gue Hi Jack bisa dibilang sebagai pionir yang fokus sama produk sandal. Kompetitor yang lain awalnya adalah *footwear*.” Hal ini kemudian diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti sebagai berikut.

Gambar 1.1.5 Instagram Hi Jack Sandals



Gambar 1.1.7 Instagram Navara



Gambar 1.1.6 Instagram Heiden Shoes



Gambar 1.1.8 Instagram Runo Project



Gambar 1.1.9  
Logo Hi Jack Sandals



(<http://tri.co.id/ambisiku/assets/packages/img/bazaar/hijacksandal2.jpg> diakses pada 30/09/2017 pukul 19:45)

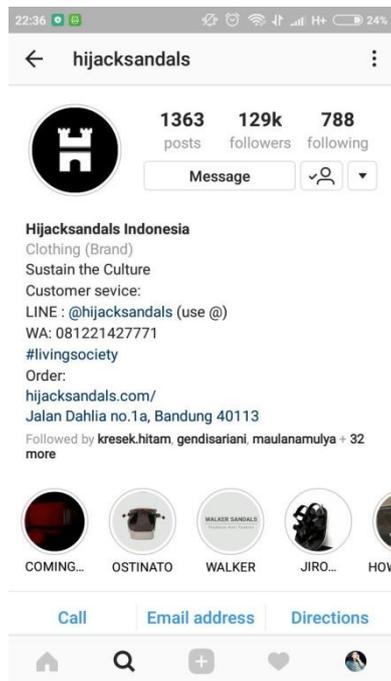
Sebagai salah satu *local brand* yang turut berkontribusi dalam sektor industri *fashion*, Hi Jack Sandals tentu memerlukan strategi komunikasi pemasaran yang efektif agar mampu bersaing dengan *local brand* lainnya. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat dapat menghindarkan perusahaan dari kerugian akibat kegiatan promosi yang tidak efektif dan efisien (Jhon E. Kennedy dan R. Dermawan Soemanagara, 2006:61). Untuk melakukan hubungan interaksi dengan konsumen, selain melalui toko, Hi Jack Sandals juga memiliki sosial media diantaranya yaitu Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, serta *website*.

Peneliti memilih Instagram sebagai media yang diteliti dari brand Hi Jack Sandals karena berdasarkan hasil wawancara pra-riset dengan *Creative Director* Hi Jack Sandals, Instagram merupakan media sosial yang paling aktif digunakan oleh Hi Jack Sandals. Selain itu peneliti juga mendapatkan sebuah fenomena bahwa Hi Jack Sandals menggunakan Instagram sebagai seseorang, dengan lebih mengutamakan hubungan daripada *hard selling*. Hal ini tentu menjadi sebuah pembahasan yang menarik untuk diteliti lebih lanjut dalam rangka mencari informasi mengenai strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Hi Jack Sandals dalam menempatkan dirinya sebagai seseorang melalui media sosial Instagram.

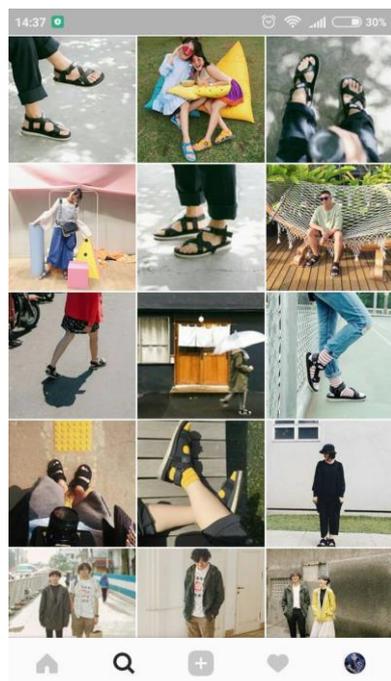
Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video serta menyebarkanluaskannya. Pada bulan Juni tahun 2016 tercatat pengguna aktif Instagram mencapai angka 600 juta pengguna di seluruh dunia dikarenakan adanya fitur-fitur baru yang terus dikembangkan oleh Instagram. Tidak mengherankan jika aplikasi Instagram

dipilih sebagai salah satu media untuk berkomunikasi dan melakukan pemasaran oleh berbagai instansi di Indonesia dan dunia. (<http://www.solopos.com/2016/12/16/media-sosial-terpopuler-pengguna-instagram-capai-600-juta-orang-776912> diakses pada 30/09/2017 pukul 20:03 WIB).

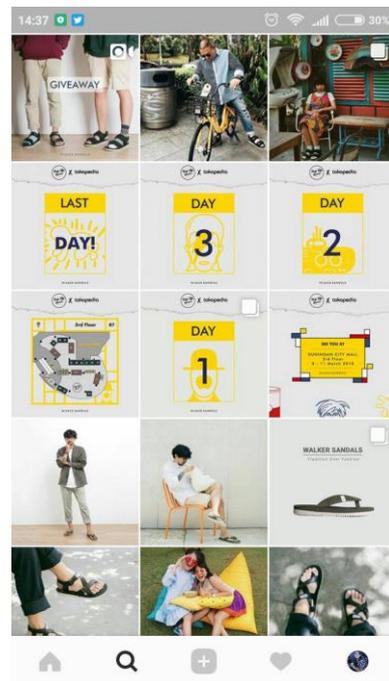
Gambar 1.1.10 Instagram Hi Jack Sandals



Gambar 1.1.12 Instagram Hi Jack Sandals



Gambar 1.1.11 Instagram Hi Jack Sandals



Gambar 1.1.13 Instagram Hi Jack Sandals



(Sumber: <https://www.instagram.com/hijacksandals/> diakses pada 03/02/2018 pukul 22:08 WIB)

Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak dengan 89% Instagram-ers yang berusia 18-34 tahun mengakses IG setidaknya seminggu sekali. Instagram-ers mayoritas anak muda, terdidik, dan mapan. Usia 18-24 tahun sebanyak 59%, usia 25-34 tahun sebanyak 30%, usia 35-44 tahun sebanyak 11%, perempuan sebanyak 63%, laki-laki sebanyak 37%, - *Brand Development Lead Instagram APAC*, Paul Webster.

(<https://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89> diakses pada 07/12/2017 pukul 12:30 WIB)

Berdasarkan pemaparan dan uraian diatas, penulis ingin membahas lebih lanjut kedalam sebuah penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Hi Jack Sandals Melalui Media Sosial Instagram”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, selanjutnya penulis menetapkan fokus penelitian. Maka fokus dari penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram Hi Jack Sandals (@hijacksandals).

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, maka identifikasi masalah yang ditetapkan oleh peneliti adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Hi Jack Sandals melalui media sosial Instagram.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran melalui sosial media Instagram Hi Jack Sandals.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adanya manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini mampu dijadikan sebagai salah satu referensi dan sumber ilmu pengetahuan didalam bidang studi Komunikasi Pemasaran.



### 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung melalui studi dari beberapa sumber, baik dari pihak Hi Jack Sandals, buku, maupun penelitian terdahulu mengenai topik strategi komunikasi pemasaran. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan September 2017 hingga bulan Maret 2018. Adapun rincian dari kegiatan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

*Tabel 1.7.1*  
*Waktu Penelitian*

Kegiatan	Tahun 2017 - 2018								
	Bulan								
	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
Menentukan Topik	■								
Pra penelitian	■								
Penyusunan proposal		■	■	■					
<i>Desk Evaluation</i>				■					
Penelitian					■	■	■	■	
Sidang Akhir									■