

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

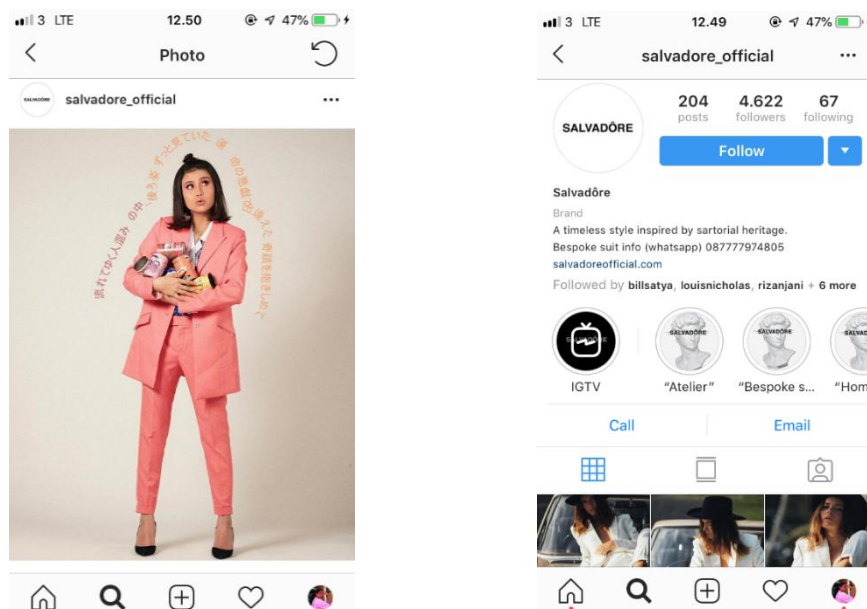
Pengenalan nama *brand* Salvadore di media sosial *instagram*, itu sangat diperlukan, *brand* ini menanam konsep yaitu menggabungkan 3 arti yang berbeda Salvadore yaitu bahasa Spanyol jika diartikan ke bahasa Inggris artinya Savior dan diartikan ke bahasa Indonesia yang artinya penyelamat. Seperti yang diketahui Kota Bandung terkenal sebagai Kota *fashionable* dan kuliner, banyak industri *fashion* kreatif yang menciptakan sebuah karya *brand start up* yang menarik baik distro maupun *factory outlet*. Salah satunya Salvadore menanamkan 3 Ciri khas negara dalam satu *brand* yang sama *brand* lokal ini mengembangkan kreatifitas, ketika peneliti melakukan pra wawancara bersama *creative director* Salvadore kang Diding mengungkapkan

“Saya ingin menerapkan 3 konsep negara yang berbeda ini menjadi hal yang unik dan layak untuk diperkenalkan di masyarakat, walaupun *brand* ini tidak hanya menjual suit jas formal saja tetapi ada *turtle neck*, kemeja *ready to wear* atau siap pakai dengan size yang tersedia, saya tau dimana yang seharusnya *brand* produk ini digunakan untuk formal saja, tetapi sebisa mungkin dapat digunakan secara *casual* juga, saya yakin Salvadore ini mampu bersaing kedepannya dengan *brand* lainnya begitupun bisa di ingat oleh calon konsumen maupun konsumen.”

(Sumber pra-wawancara oleh Diding Solehudin pada tanggal 4 April 2019 pukul 18:45 WIB di *store* Salvadore)

Pencapaian yang sudah dilakukan Salvadore dengan memperkenalkan brand *brand* nya di kalangan artis, *Weeding Organizer*, bahkan *stylist* artis, dan musisi pun sudah menjadi suatu hal yang unik, bahkan untuk *brand* yang belum berjalan 1 tahun kurang lebih itu adalah hal yang baik dalam perkenalan *brand* kedepannya, hal ini diucapkan oleh Berupaya melakukan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk kepentingan berkembangnya *brand* itu sendiri untuk dikenal masyarakat, maka Kebijakan maupun program-program dimiliki Salvadore harus terealisasi dengan tata strategi sehingga bisa diketahui oleh masyarakat, bahwa Salvadore mampu bersaing dengan *brand* lain nya bukan hanya dari pencapaiannya saja tetapi bisa diperkenalkan oleh masyarakat media sosial *instagram* terutama Kota Bandung. (Diding Solehudin pra wawancara pada tanggal 4 April 2019 pukul 18:45 WIB di store Salvadore)

**Gambar 1.1 Instagram Salvadore**



(Sumber: [https://www.instagram.com/salvadore\\_official/](https://www.instagram.com/salvadore_official/) diakses pada tanggal 13 Mei 2019 pukul 12:50 WIB)

Awal melakukan bisnis ini Salvadore menggunakan *new media* seperti media sosial platform *Instagram* untuk melakukan pengenalan *brand* dan memasarkannya melalui *Instagram*, Salvadore telah menggelar *fashion show* di Bandung untuk *first look* produk nya tersebut sekaligus perkenalan *brandnya*., peneliti memilih *instagram* sebagai objek penelitian, karena seperti data yang dilansir oleh *We Are Social* pada tahun 2019 yang di lansir di dalam situs resminya di Indonesia, mengenai pemakaian media sosial di Indonesia semakin pesat dari tahun ke tahun, maka dari keseluruhan total penduduk di Indonesia sebesar 49% pengguna media sosial yang aktif dengan jumlah 130 juta pengguna di Indonesia.

**Gambar 1.2**

**Jumlah pengguna media sosial di Indonesia**



*Sumber: Wearesocial.net diakses pada tanggal 29 Maret 2019 pukul 10.30 WIB*

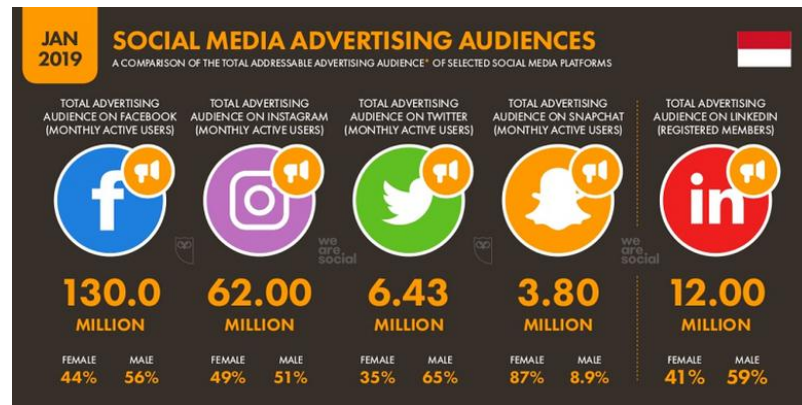
Data yang diatas menunjukkan, bahwa penggunaan media sosial masyarakat Indonesia telah menyentuh 49% yang aktif di media sosial dan sekitar 130,0 juta

jiwa yang aktif menggunakan media sosial. Kehadiran media sosial, tidak lagi hanya dijadikan sebagai sarana untuk berkomunikasi saja, bahkan saat ini media sosial dijadikan sebagai alat untuk melakukan transaksi jual beli, karena media sosial sudah menjadi sarana yang efektif untuk membranding di masyarakat instagram dan peristiwa tersebut tidak asing lagi jika pengguna media sosial semakin tahun semakin bertambah populasi penggunanya. Saat ini media sosial yang banyak digunakan oleh para pelaku komunikasi pemasaran yaitu melalui media sosial. Seperti *Facebook, Twitter, dan Instagram.*

Paling efektif untuk memberikan konten di platform *Instagram* merupakan salah satu aplikasi yang memiliki jumlah pengguna terbanyak di Indonesia seperti yang dilansir oleh '*Essential Insight Into Internet, Social Media, Mobile, and Ecommerce Use Around the World*' Seperti data dan fakta yang dilansir oleh *We are Social* dibawah, masyarakat Indonesia melakukan pemasaran dengan menggunakan platform *Instagram* 62% pengguna dan banyaknya pengguna dari kaum wanita yang sering membuka platform *instagram* yaitu 49% sedangkan dari kaum pria 51%. *Instagram* menjadi salah satu media sosial merupakan salah satu aplikasi yang memiliki jumlah pengguna terbanyak di Indonesia dengan jumlah 89 persen pengguna yang berusia 18-34 tahun mengakses *Instagram* dalam waktu sekiranya seminggu sekali.

Gambar 1.3

## Jumlah pelaku advertising di media sosial



Sumber: *Wearesocial.net* data Januari 2018 diakses 29 Maret 2019 pukul 11.00 WIB

Melihat banyak nya penggunaan *New Media* seperti media sosial dan data diatas yang dilansir oleh *wearesocial.net*, berikut akan menjadi peluang untuk peneliti dalam menggunakan objek *platform Instagram* sebagai penelitian untuk mengembangkan salah satu strategi *branding*. Pada tahun 2019 *Salvadore* yang mempunyai jumlah *followers* 4.622, jumlah konten yang sudah diunggah 204 foto dan mempunyai tagar atau *hashtag* di setiap *postingan* nya yaitu *#Salvadorehomme* untuk tagar suit produk pria dan *#Salvadorefemme* untuk tagar suit produk wanita dan media *instagram* pun menjadi media utama *Salvadore* saat ini.

*Salvadore* masih terus melakukan *postingan* fotografi produk dan model yang digunakan mayoritas model artis lokal dan juga model mancanegara agar bisa menarik konsumen, salah satunya ketika melihat *postingan* tersebut, yang telah diuraikan dan ditulis sebelumnya, adapun permasalahan yang terlihat di sisi informasi yang diberikan oleh *Salvadore* dalam akun *Instagram* nya. Pada akun

resmi tersebut, tidak melakukan promosi seperti memberikan informasi tentang edukasi *fashion* ataupun informasi secara konten tulisan, dan hanya *memposting* secara visual fotografi saja. Hal ini masih belum cukup meluas untuk dilakukan pengenalan *brand* nya dan informasi yang kurang mengingat Salvadore sebagai *brand* yang punya karakteristik di masyarakat *instagram* terutama Kota Bandung,

Permasalahan yang ada, Salvadore pun masih dalam tahap membentuk *brand awareness* nya dalam membangun nama *brand* nya melalui pemaksimalan menggunakan media *instagram* dan tetapi untuk menjalankan kegiatan pemasarannya maupun melakukan strategi yang membentuk sebuah *brand* nya menjadi aware di masyarakat, agar mengetahui posisi dan segmentasi *brand* nya di masyarakat, untuk konten tentang promosi produk seperti *postingan* pengenalan produknya, maupun melakukan *postingan* menjelaskan seperti diskon atau konten yang agar menarik daya ingat konsumen maupun calon konsumen, dan melakukan *giveaway* pun belum dijalankan dengan efektif, hanya masih *memposting* foto produk maupun video *campaign* yang digunakan oleh model maupun artis dan musisi. sebab itu peneliti ingin meneliti. Berdasarkan ungkapan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti “Strategi Komunikasi Pemasaran Salvadore Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui *Instagram* (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Pemasaran Salvadore Dalam Melakukan Branding Untuk Membangun *Brand Awareness* Melalui Media Sosial *Instagram*)”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari penjabaran yang telah dijelaskan oleh peneliti pada bagian latar belakang masalah, peneliti dapat membuat suatu rumusan masalah penelitian yang terbagi dalam rumusan masalah makro (umum) serta rumusan masalah mikro (khusus) sebagai berikut :

### **1.2.1. Pertanyaan Makro**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dirumuskan masalah menjadi “Bagaimana Strategi *Branding* Salvadore Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui *Instagram*?”

### **1.2.2. Pertanyaan Mikro**

1. Bagaimana Strategi pesan yang dilakukan pada *brand* Salvadore dalam membangun *brand awareness* melalui *instagram*?
2. Bagaimana Strategi media yang digunakan pada *brand* Salvadore dalam membangun *brand awareness* melalui *instagram*?
3. Bagaimana Strategi kreatif yang diperlukan pada *brand* Salvadore dalam membangun *brand awareness* melalui *instagram*?

## **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki maksud dan tujuan yang menjadi bagian dari penelitian sebagai ranah yang perlu diketahui, berikut ini adalah maksud dan tujuan pada penelitian ini:

### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Adapun maksud dari penelitian ini Untuk mengetahui Strategi *Branding* Salvadore Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui *Instagram*

### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pesan yang dilakukan pada *brand* Salvadore dalam membangun *brand awareness* melalui media sosial *Instagram*.
2. Untuk mengetahui strategi media yang digunakan pada brand Salvadore dalam membangun brand awareness melalui media sosial instagram
3. Untuk mengetahui strategi kreatif yang diperlukan pada brand Salvadore dalam membangun *brand awareness* melalui media sosial *Instagram*

## **1.4. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian mengenai masalah yang diteliti dibagi menjadi dua yakni kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis. Berikut adalah hasil yang peneliti dapat dari penelitian ini::

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan upaya pengembangan ilmu komunikasi secara umum dan secara khusus penelitian ini mengenai strategi *branding* khususnya dalam menggambarkan kegiatan yang terjadi oleh peneliti.



### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Adapun dalam penelitian ini, selain memiliki kegunaan teoritisnya peneliti pun memaparkan kegunaan praktis dari penelitian yang dilakukan. Yaitu:

#### **1. Kegunaan Bagi Peneliti**

Penelitian ini sangat memberikan manfaat dan kegunaannya bagi peneliti. Diharapkan peneliti dapat menjadi orang yang mengerti dan dapat mengaplikasikan ilmu yaitu tentang ilmu komunikasi secara umum dan deskriptif secara khusus.

#### **2. Kegunaan Bagi Universitas**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan sebagai masukan untuk peneliti yang akan meneliti tentang strategi *branding*.

#### **3. Kegunaan bagi Salvadore**

Penelitian ini diharapkan sebagai masukan dan saran bagi *brand* Salvadore dalam melakukan strategi *branding*, sehingga dapat mempertahankan brand produknya di kalangan konsumen dan juga Salvadore bisa menjadi lebih unggul dengan pesaingnya.