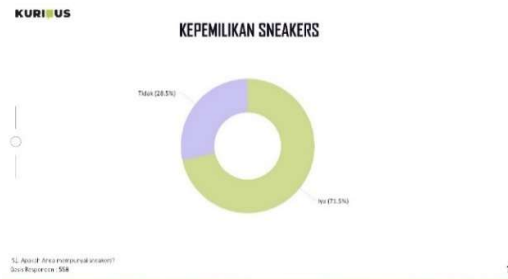


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kebutuhan soal *fashion* berkembang sangat pesat tak terkecuali *sneakers* bahkan hal serupa kerap ditemui di berbagai wilayah di Surabaya bahkan di seluruh Indonesia. Hal ini menyebabkan masyarakat cenderung lebih konsumtif, terutama dalam memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan penampilan sesuai tren masa kini. Hal ini disebabkan oleh terus menerus inovasi dan variasi gaya berpakaian setiap tahunnya. Fenomena *sneakers* telah meluas di Indonesia, dipakai oleh beragam individu tanpa memandang usia atau jenis kelamin. Budaya sneaker ini berkembang cepat di Indonesia karena pengaruh globalisasi dan keberadaan produsen asing yang menyediakan berbagai model sneaker di pasar sepatu Indonesia. Fenomena ini telah menjadi gaya hidup umum di Indonesia, dengan semakin banyaknya jenis dan variasi sneaker yang tersedia, yang menawarkan nilai tambah seperti sejarah, teknologi, dan kolaborasi. Minat konsumen Indonesia, terutama komunitas urban yang gemar sneaker, memberikan nilai tambah pada identitas individu mereka (Herdiansyah, 2024).



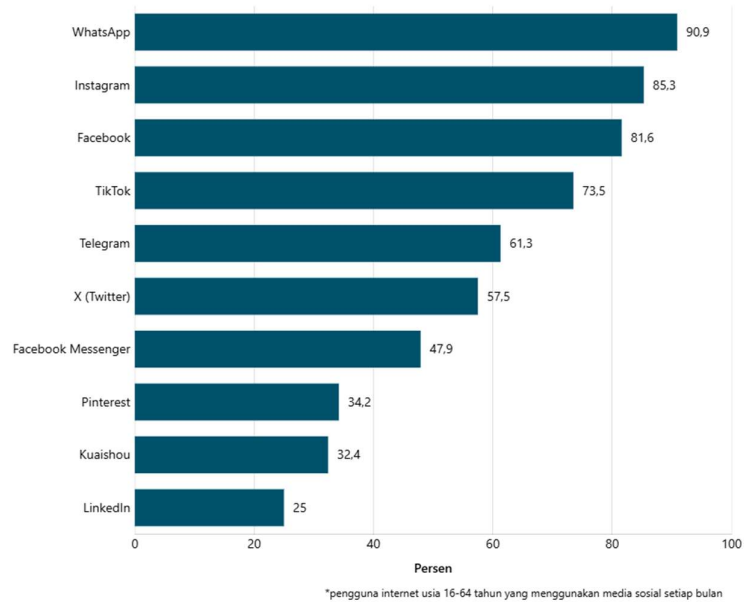
Gambar 1. 1 jumlah pemilik sneakers di Indonesia Tahun 2023

Sumber: Kurious

Berdasarkan hasil survei Kurious dari Katadata Insight Center (KIC), sebanyak 71.5% rerata konsumen Indonesia memiliki *sneakers* dan sisanya sebanyak 28.5% tidak memiliki *sneakers*. Hal ini menunjukkan bahwa *sneakers* telah menjadi pilihan yang populer di kalangan masyarakat Indonesia, dengan mayoritas konsumen memilihnya sebagai bagian dari gaya hidup dan fashion mereka (Kurious, 2023).

Sementara itu, jasa cuci dan reparasi sepatu Resikwash turut meramaikan fenomena *sneakers* yang ada di Surabaya. Munculnya bisnis ini adalah karena orang sibuk dengan pekerjaan sehingga banyak individu akhirnya memilih untuk menggunakan layanan cuci sepatu dari pihak yang memiliki pengalaman lebih dalam hal tersebut. Resikwash telah berdiri sejak tahun 2018 dan kini menempati lokasi di Jl. Banyuurip No.76 Kupang Krajan, Sawahan, Surabaya.

Beralihnya pemasaran yang dahulu secara *offline* kini mampu diakses secara *online* telah menjadi dorongan bagi Resikwash untuk mengadopsi strategi pemasaran melalui platform *online*, khususnya melalui Instagram. Dengan kemampuan akses yang lebih luas dan efisien, platform ini memberikan peluang besar bagi Resikwash untuk menjangkau lebih banyak konsumen potensial. Melalui Instagram, Resikwash dapat memperluas jangkauan pasar mereka, menampilkan layanan yang ditawarkan, serta berinteraksi langsung dengan pelanggan. Selain itu, dengan fitur-fitur seperti posting gambar dan video, cerita, Resikwash dapat memperkuat citra merek mereka dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan komunitas pecinta *sneakers* secara online. Dengan demikian, langkah untuk beralih ke pemasaran online, terutama melalui Instagram, telah membantu Resikwash untuk terus berkembang dan memperluas pangsa pasar Resikwash.



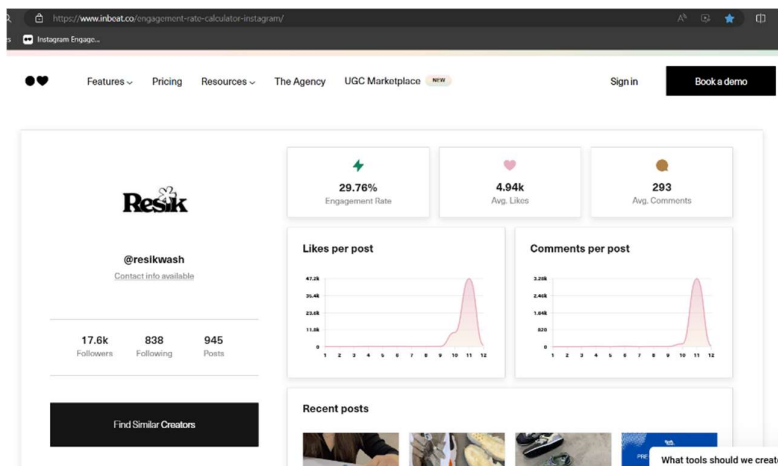
Gambar 1. 2 Jumlah pengguna media sosial di Indonesia tahun 2024

Sumber: Databoks.katadata.co.id

Alasan peneliti memilih Instagram untuk diteliti karena menurut (Annur, 2024). jumlah pengguna Instagram di tahun 2024 sebanyak 122 juta dan disusul dengan pengguna Facebook sebanyak 118 juta dan Tiktok sebanyak 89 juta, Data ini menunjukkan bahwa Instagram tetap menjadi media sosial yang populer di kalangan masyarakat.

Tak hanya melalui Instagram, Resikwash telah memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti, TikTok, dan juga memiliki situs web untuk mempromosikan layanan mereka. Selain hanya menawarkan jasa cuci sepatu, Resikwash juga menghadirkan berbagai layanan lain yang berhubungan dengan sneakers, seperti perbaikan sepatu, pengecatan ulang, bahkan pembuatan desain kustom untuk sepatu. Hal ini menunjukkan komitmen mereka dalam menyediakan solusi lengkap bagi para penggemar sepatu sneakers.

Resikwash adalah tujuan utama bagi para penggemar sneakers yang ingin memberikan perawatan ekstra pada sepatu favoritnya. Dengan reputasi yang baik, Resikwash berhasil menarik perhatian banyak pecinta sneakers melalui layanan berkualitas tinggi. Hal ini didukung oleh data dari engagement media sosial Instagram milik Resikwash, yang menunjukkan interaksi dan keterlibatan pengguna yang signifikan. Jika dibandingkan dengan kompetitornya, Resikwash memiliki keunggulan engagement rate sebanyak 29,76%, menegaskan posisi Resikwash sebagai pemimpin pasar dalam perawatan sneakers di wilayah Surabaya. Keunggulan ini membuktikan bahwa Resikwash tidak hanya menawarkan layanan yang unggul, tetapi juga mampu membangun komunitas yang kuat dan loyal di media sosial.

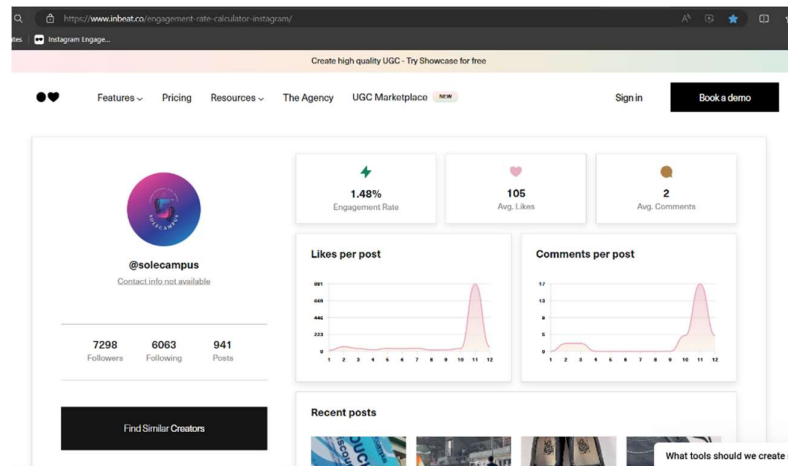


Gambar 1. 3 Engagement Instagram Resikwash

Sumber: Inbeat.co

Dengan *engagement rate* yang jauh lebih tinggi, Resikwash berhasil menciptakan komunitas yang lebih aktif dan responsif, yang pada akhirnya mendukung reputasi mereka sebagai pemimpin pasar dalam perawatan sneakers.

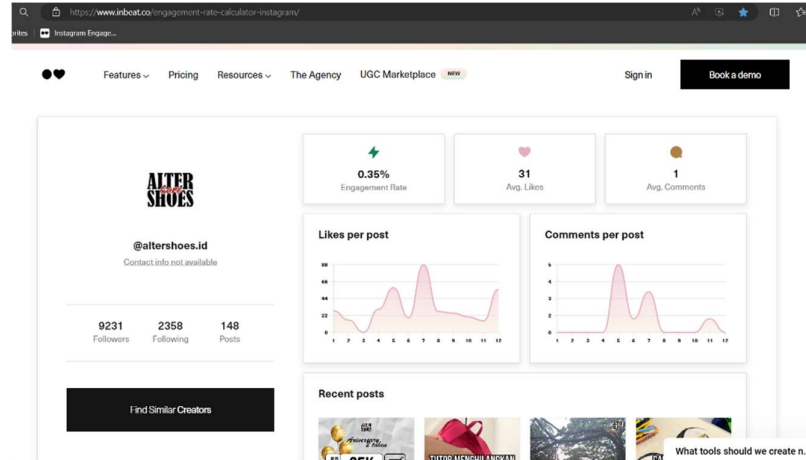
Keterlibatan yang lebih tinggi ini juga menunjukkan bahwa pelanggan Resikwash merasa lebih terhubung dan terlibat dengan konten yang disajikan, memperkuat posisi mereka di media sosial dan meningkatkan loyalitas pelanggan secara keseluruhan.



Gambar 1. 4 Engagement Instagram Solecampus

Sumber: *inbeat.co*

Sedangkan untuk kompetitornya seperti Solecampus, *engagement rate* mereka hanya sebesar 1,48%. Meskipun memiliki angka *like per post* tertinggi sebanyak 891, jumlah komentar per postingan tertingginya hanya mencapai 17. Data ini menunjukkan bahwa meskipun Solecampus memiliki beberapa interaksi yang signifikan, mereka masih tertinggal dibandingkan dengan Resikwash dalam hal keterlibatan dan interaksi pengguna secara keseluruhan di media sosial.



Gambar 1. 5 Engagement Instagram Altershoes

Sumber: inbeat.co

Untuk kompetitor berikutnya, yakni Altershoes, engagement rate mereka hanya sebesar 0,35%. Meskipun angka *like* per postingan tertingginya mencapai 88 dan jumlah komentar per postingan tertingginya ada di angka 6, data ini menunjukkan bahwa interaksi dan keterlibatan pengguna dengan konten Altershoes masih sangat rendah. Dibandingkan dengan Resikwash yang memiliki engagement rate jauh lebih tinggi, Altershoes terlihat kesulitan dalam menarik perhatian dan membangun hubungan yang kuat dengan pengikutnya di media sosial. Keterlibatan pengguna yang rendah ini mengindikasikan bahwa Altershoes perlu meningkatkan strategi pemasaran mereka untuk bersaing lebih efektif dalam pasar perawatan sneakers.

Nama Pelanggan	Barang	Repair	Tanggal Masuk
koko	vans ultra range bw size 40,5	reglue	30 Mar 2024
thoriq	nike af 1 dimsix fw size 40	swaps sole af 1 white	30 Mar 2024
	eiger outdoor tropix shel black size 40	reglue	30 Mar 2024
	nike kobe xblackout size 40	swap sole airmax 720 item	30 Mar 2024
	nike pg 4 clipers navy red size 41	reglue	30 Mar 2024
	adidas boys basketball black size 40 2/3	reglue	30 Mar 2024
	adidas terrex climacool fb 40 1/3	reglue	30 Mar 2024
	adidas courtflash fw size 40	reglue	30 Mar 2024
	adidas cloudfoam fw navy white size 41 1/3	reglue	30 Mar 2024
doohan	nike zoom air zero tennis bw size 41	reglue	30 Mar 2024
satria	nike cortez red white size 43	reglue	30 Mar 2024
andre ardiansyah	adidas runing bw size 44	reglue	30 Mar 2024
junan	vans os red grey size 43	reglue	30 Mar 2024
fredy	nike leborn bw size 44	reglue	30 Mar 2024
	nike roshe one black size 45	reglue	30 Mar 2024
ade	adidas jeans blue white gum size 42	ganti stripe dan backhell + swapsole jeans gum	31 Mar 2024
	adidas gazelle pink white size 36	reglue	31 Mar 2024
fani	adidas gazelle bw size 40	reglue	31 Mar 2024
ari sumiarta	onitsuka tiger yellow size 44	ganti material list onitsuka black	31 Mar 2024
guruhadi	gucci loafers horse brown size 41 1/2	ganti insole leather	31 Mar 2024
haidil	vans sketcher high blue navy size 42	reglue	1 April 2024

Gambar 1. 6 Data penjualan Resikwash pada bulan Maret 2024

Sumber: Resikwash

Layanan repair sepatu Senakers di Resikwash berhasil menarik 223 pelanggan dari 31 Maret 2024 hingga 22 Mei 2024. Hal tersebut juga didukung oleh data penjualan oleh Resikwash. Pada akhir Maret, Resikwash melayani 23 pelanggan, menunjukkan awal yang baik.

dodo romy	adidas runing fb size 43 1/3	reglue	1 April 2024
zidan fajar	converse all star high bw size 42/8,5	reglue	1 April 2024
	nike af 1 grey size 42	swap sole af 1 hitam	1 April 2024
ilhammaulana	skechers slipon black grey size 44,5	reglue	2 April 2024
	skechers slipon navy grey size 43,5	reglue	2 April 2024
galang	newbalance 574 toska black flower size 45	swap sole newbalance 574	2 April 2024
agustian	adidas grandcourt green size 42	reglue	2 April 2024
brianm	nike airmax navy ghostgreen size 43	swapssole airmax 1	2 April 2024
ria	adidas nmd black green size 43 1/3	reglue	3 April 2024
moham	adidas gazelle indor orange size 42	ganti stripe dan backhell + swapsole adidas gazelle indor	3 April 2024
	adidas bermuda blue size 42	reglue	3 April 2024
ihsan nurrahim	vans slipon cut and paste green size 43	reglue	3 April 2024
	vans slipon 98 DX anaheim factory OG fastimes size 43	reglue	3 April 2024
timothy	sandal mcm black brown size 44	ganti alas	3 April 2024
dani	adidas matchcourt green size 43 1/3	reglue	3 April 2024
bagus katon	converse chuck taylor all star cx hi suede high fb no size	reglue	3 April 2024
	compass prototype black high size 39	reglue	3 April 2024
	vans authentic bw size 40,5	reglue	3 April 2024
acha	onitsuka tiger white blue yellow size 39,5	reuper onitsuka leather	4 April 2024
ari	vans navy white no size	reglue	4 April 2024
tatas	converse ct high dwtw fb size 41	reglue	4 April 2024
adit	vans os pro skateboard bw size 44	reglue	4 April 2024
kelvin	adidas boost fullblack size 43	reglue	4 April 2024

Gambar 1. 7 Data penjualan Resikwash pada bulan April 2024

Sumber: Resikwash

Pada bulan April, jumlah pelanggan meningkat signifikan menjadi 119, mencerminkan tingginya minat dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang di berikan oleh Resikwash.

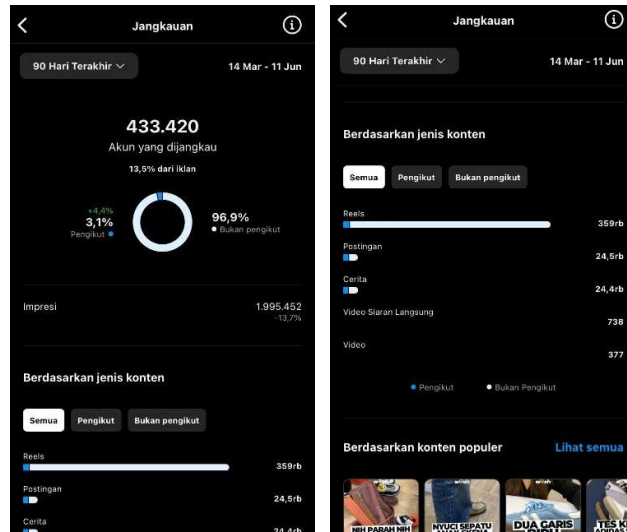
	adidas crazy 8 sz 47	reglue	15 Mei 2024
hanif	vans sk8 low bw sz	swapssole vans	16 Mei 2024
pram	converse 70s bw no sz	reglue	16 Mei 2024
farhan	adidas boost sz 48 2/3	ganti alas	16 Mei 2024
kaisar	nike airmax97 undefeated fb sz 42,5	reglue	17 Mei 2024
adit	yonex merah	reglu	18 Mei 2024
abdul	sl 72 toska size 40 2/3	reglu	18 Mei 2024
	adidas spezial bw size 41 1/3	reglu	18 Mei 2024
ninis	kickers size 40 hitam	swapssole hitam	18 Mei 2024
naura	golf adidas hitam size 44	reglu	18 Mei 2024
akbar	nb 993 37	swapssole nb v5	20 Mei 2024
ikbal	adidas ortolite	reglu	20 Mei 2024
dani	zara man size 41	reglu	22 Mei 2024
	nike airmax hitam biru size 42	swapssole 720	22 Mei 2024
	nike airmax hitam size 42.5	swapssole 720	22 Mei 2024

Gambar 1. 8 Data penjualan Resikwash pada bulan Mei 2024

Sumber: Resikwash

Hingga 22 Mei, Resikwash telah melayani 81 pelanggan, menandakan tren positif yang berkelanjutan. Pencapaian ini mencerminkan dedikasi Resikwash dalam memberikan layanan berkualitas tinggi dan kepuasan pelanggan yang terus meningkat.

Di Resikwash, berbagai layanan perawatan seperti mencuci, memperbaiki, bahkan melakukan kustomisasi warna sepatu. Bagi pecinta sneakers, Resikwash telah menjadi tempat yang dikenal sebagai solusi lengkap untuk semua kebutuhan perawatan sepatu mereka. Cakupan pasar Resikwash sangat luas, tidak hanya terbatas pada konsumen di Surabaya, tetapi juga menjangkau daerah di luar Surabaya. Resikwash juga aktif dalam berbagai event sepatu, bahkan mengadakan acara khusus seputar sneakers. Semua hal ini menarik minat para peneliti untuk mendalami lebih jauh tentang Resikwash.



Gambar 1. 9 Data Insight instagram Resikwash

Sumber: instagram @resikwash

Resikwash telah mendapatkan pengakuan yang cukup signifikan di kalangan para penggemar sneakers. Bukti nyatanya adalah akun Instagram @resikwash, saat ini telah memiliki 19.1 ribu pengikut. Tak hanya itu saja, Resikwash juga diketahui aktif dalam mengikuti berbagai acara sepatu sneakers, bahkan menjadi penyelenggara acara tersebut. Keberhasilan selanjutnya dari Resikwash adalah akun Instagram @resikwash yang menunjukkan interaksi sebanyak 433.420, dengan 3,1% berasal dari pengikut dan 96,6% dari non-pengikut. Tingginya interaksi ini menarik perhatian penulis untuk meneliti lebih lanjut strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh Resikwash. Penelitian ini bertujuan untuk memahami konsep strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Resikwash melalui platform media sosial Instagram dalam mewujudkan *Brand awareness*.

Pada penelitian ini menggunakan konsep SOME yang diutarakan oleh (Regina, 2014) tentang sebuah model komunikasi melalui media sosial yaitu *The Circual model of SoMe for social communications Share, optimize, Manage, engage*. Model ini dianggap relevan pada era digital saat ini yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memasarkan sebuah produk maupun jasa, sehingga dapat mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan pada akun Instagram @resikwash. Maka berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran *Brand Awareness* media sosial instagram @resikwash "

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi pemasaran dalam membangun *brand awareness* melalui media sosial instagram resikwash?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Teoritis

1. Untuk mengetahui konsep strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Resikwash melalui platform media sosial Instagram dalam mewujudkan *Brand awareness*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengelola akun @resikwash mengintegrasikan teori-teori branding, psikologi konsumen, dan komunikasi digital dalam pengembangan strategi pemasaran untuk mencapai *brand awareness*.

1.3.2 Tujuan Praktis

1. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh @resikwash untuk membangun *brand awareness* di platform Instagram.
2. Mengevaluasi keefektifan strategi komunikasi pemasaran yang telah diterapkan oleh akun @resikwash di Instagram dalam mencapai tujuan *brand awareness*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Memberikan informasi terkait pengembangan keilmuan dalam bidang Ilmu Komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan wawasan yang berharga kepada pengelola akun @resikwash tentang keberhasilan dan kegagalan dari strategi komunikasi pemasaran yang telah diterapkan dalam upaya membangun *brand awareness*.
2. Membantu pengelola akun @resikwash dalam mengidentifikasi peluang baru dan tren terkini dalam pemasaran di Instagram serta merancang strategi yang relevan dan efektif untuk memperkuat *brand awareness*.

1.4.3 Manfaat Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pembaca maupun Resikwash sehingga berguna bagi peneliti.