

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan usaha di Indonesia begitu pesat, banyak usaha yang berdiri baik dengan skala kecil, sedang maupun besar di berbagai bidang. Jenis usaha yang sedang berkembang di Indonesia yaitu bisnis *Fashion*. Banyak distro / *factory outlet* bermunculan yang saling menawarkan keanekaragaman jenis produk seperti kaos, kemeja, sweater, jaket, topi, celana dll. Para pelaku usaha distro / *factory outlet* memerlukan menjalin kerja sama dengan para konveksi untuk memproduksi produk sesuai dengan spesifikasi dan detail yang mereka inginkan. Tidak hanya pelaku usaha distro / *factory outlet* yang menjalin kerja sama dengan konveksi untuk memproduksi produknya melainkan instansi / perusahaan, partai, komunitas, sekolah - sekolah, universitas maupun individu.

**Gambar 1.1 Jumlah Industri Garmen 2012 - 2016 di Indonesia**



(Sumber : <http://www.kemenperin.go.id/direktori-perusahaan>)

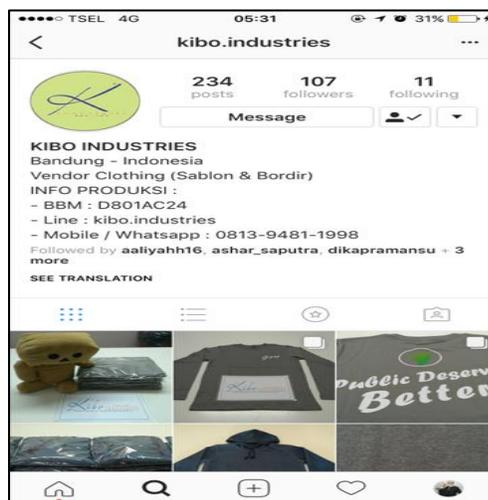
Pada Tabel diatas menunjukkan bahwa Industri Garmen terbanyak berada di daerah Jawa Barat dengan total 140 industri garmen. Sedangkan yang terendah nya berada di daerah Banten dengan jumlah hanya 20 industri garmen.

Dalam hal pemasaran sendiri yang menurut pengamatan penulis jarang dilakukan oleh konveksi lainnya yaitu memanfaatkan media sosial seperti *Kaskus*,

*Instagram*, dan *Facebook* untuk memperkenalkan ke masyarakat luas akan keberadaan. Di semua sosial media yang dimiliki, konveksi ini selalu memposting hasil produksi yang telah dikerjakan, foto workshop yang dimiliki seperti mesin – mesin produksi sehingga menjadi daya tarik tersendiri untuk menarik minat konsumen, sehingga konsumen merasa yakin akan keberadaan konveksi ini.

Penelitian kali ini, penulis akan meneliti tentang salah satu media sosial yang digunakan oleh konveksi Kibo Industries yaitu *Instagram*. Menurut penjelasan yang didapat dari pemilik usaha Konveksi Kibo Industries justru konsumen yang didapat selama ini kebanyakan berasal dari *Instagram* dan dari hasil wawancara awal dengan Dani Hidayat selaku pemilik usaha Konveksi Kibo Industries mengatakan dirinya telah bergabung di media sosial *Instagram* sejak 2015, hal ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

**Gambar 1.2 Profil Konveksi Kibo Industries**



(Sumber : <https://www.instagram.com/kibo.industries/>)

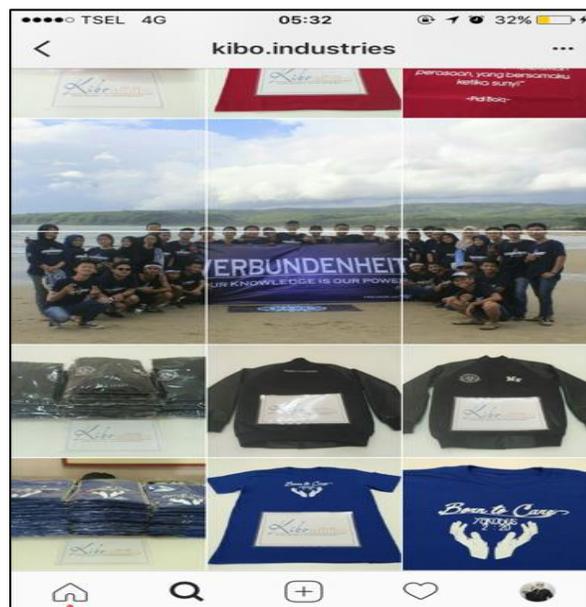
(Diakses pada tanggal 28 September 2017 pada pukul 05:41 WIB)

Dalam promosinya Kibo Industries selalu memberikan gambar foto bertemakan terstruktur. Dengan memberikan foto yang bertemakan terstruktur diharapkan masyarakat dunia maya yang melihat instagram Kibo Industries lebih

mudah dipahami, karena pada instagram Kibo Industries semua yang dibutuhkan oleh para konsumen maupun calon konsumen sudah tersedia. Misalnya bila ada calon konsumen yang ingin memproduksi di Kibo Industries, pada akun instagram sudah dicantumkan lokasi *Workshop* Kibo beserta dengan contact BBM, line dan Whatssup lengkap.

Dalam mengembangkan suatu perusahaan yang bergerak di bidang *Fashion* hingga bisa mencapai tingkat global, harus bisa meningkatkan reputasi perusahaan tersebut khususnya untuk perusahaan konveksi Kibo Industries yang terbilang adalah perusahaan baru. Dimana peningkatan reputasi pada Kibo Industries sangatlah penting dikarenakan banyaknya kompetitor Industri garmen yang beredar di pasar.

**Gambar 1.3 Testimonial Konsumen Konveksi Kibo Industries**



(Sumber : <https://www.instagram.com/kibo.industries/>)

Kibo Industries telah bergabung di instagram sejak tahun 2015, Diatas tersebut adalah testimonial client yang berasal dari jakarta. Yang dimana pada saat melakukan studytour, konsumen Kibo Industries mengupload kegiatan mereka di

instagram dan dimana pada foto tersebut juga mereka sedang memakai kaos yang diproduksi di konveksi Kibo Industries.

Sudah banyak konsumen yang produksinya sudah dikerjakan di konveksi Kibo Industries, selama ini kebanyakan konsumen berasal dari berbagai *Brand* yang ada di wilayah Bandung maupun Jakarta. Namun, ada juga beberapa universitas ternama di Indonesia maupun perusahaan/instansi yang mempercayai produksinya di dengan konveksi ini, hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.1 Konsumen Kibo Industries Tahun 2016 – 2017**

<b>No</b>	<b>Konsumen</b>	<b>Tanggal order</b>	<b>Jenis Orderan + Quantity</b>
1.	SMA Negeri 93 (Jakarta)	20 Februari 2016	242 (Kaos) + 126 (Hoodie)
2.	Magister Ekonomi (Universitas Indonesia)	06 Maret 2016	26 (Jaket Kulit)
3.	Yayasan Al - Huda Pondok Bambu (Jakarta)	20 Maret 2016	200 (Kaos)
4.	Partai P3 (P.P.P)	12 April 2016	1770 (Kaos)
5.	SDN Cisitu, Bandung	1 Mei 2016	200 Stel (Seragam sekolah)
6.	Gamana Krida Bakti (GAPENSI)	19 Mei 2016	24 (Kemeja)
7.	Magister T. Mesin Universitas, Trisakti	5 Juni 2016	50 (Jaket)
8.	Brand - Daft Store (Palembang)	1 Juli 2016	100(Kaos)
9.	Brand - About. (Jakarta)	17 Juli 2016	100 (Kaos)
10.	Brand - Peter say denim (PSD)	30 Juli 2016	2000 (kaos)
11.	Brand - B Y D A F (Jakarta)	17 Agustus 2016	150 (Kaos)
12.	Brand - Save Bandung city (Bandung)	29 Agustus 2016	50 (Kaos)

13.	Brand - Hand Of Piece (Bandung)	12 September 2016	300 (kaos)
14.	Brand - Bad Uncle (Bandung)	27 September 2016	250 (Kaos)
15.	Universitas Telkom (TEL – U)	15 Oktober 2016	80 (Jersey)
16.	Brand - Different is Eccentric (Bandung)	28 Oktober 2016	150 (Kaos)
18.	Komunitas Clash of Clans (Subang)	2 Desember 2016	36 (Kaos)
19.	Brand - Victim World Wide (Bandung)	27 Desember 2016	64 (Kaos)
20.	Brand - Victim World Wide (Bandung)	23 Februari 2016	100 (Kaos)
21.	Brand - BO.UND.IT (Bandung)	2 Maret 2017	100 (Totebag) + 120(Kaos)
22.	Brand - Victim World Wide (Bandung)	27 Maret 2017	100 (Kaos)
23.	Komunitas K.O.L.E (Medan)	1 April 2017	100 (Jaket)
24.	Masjid Al – Falah (Bandung)	4 April 2017	110 (Kaos)

(Sumber : Data Wawancara Client Konveksi Kibo Industries 2017)

Dari tabel 1.1 menunjukkan walaupun Kibo Industries baru menjalankan bisnis ini selama setahun, namun jumlah produksi yang sudah dikerjakan sudah banyak. Jumlah produksi terbanyak yang selama ini pernah dikerjakan di Kibo Industries yaitu sebanyak 1770 yang berasal dari partai PPP dan 2000 potongan baju yang berasal *Brand* Peter Says Denim (PSD). Beberapa bulan setelah menjalankan bisnis konveksi, Kibo Industries mendapat orderan terbanyak pertama kali dari Partai PPP sebanyak 1000 potongan baju, konsumen tersebut didapat dari koneksi yang di punya oleh pemilik usaha. Namun, karena pengerjaan lebih cepat dari waktu yang di janjikan dan merasa puas dengan hasil yang telah dibuat pihak Partai PPP melakukan repeat order sebanyak 770 potongan baju. Seiring berjalannya waktu Kibo Industries mendapatkan lagi orderan produksi dengan jumlah quantity yang lebih banyak dari yang pernah dikerjakan sebelumnya yaitu sebanyak 2000 potongan baju dari *Brand* Peter Says Denim (PSD). Orderan ini didapat dari koneksi pemilik usaha Kibo Industries yang mengenal langsung owner dari *Brand* Peter

Says Denim (PSD), pihak *Brand* Peter Says Denim (PSD) melihat dan menilai hasil produksi yang pernah di kerjakan di Kibo Industries dan akhirnya menyetujui untuk mempercayakan produksinya di Konveksi ini.

Pemilik usaha Kibo Industries menjalankan bisnis ini memang berdasarkan *Passion* yang dimilikinya yaitu di bidang *Fashion*. Sebelum mendirikan usaha konveksi ini pemilik usaha Kibo Industries pernah membuat sebuah *Brand* dan seiring berjalannya waktu mengenal dan mempelajari segala hal mengenai konveksi dan akhirnya memutuskan untuk lebih menjalankan bisnis konveksi daripada meneruskan *Brand* yang pernah dibuatnya. Alasannya karena menurut pemilik usaha Kibo Industries ada daya tarik tersendiri dalam menjalankan bisnis ini dari pada bisnis sebelumnya yang pernah dikerjakan.

**Tabel 1.2 Beberapa Konveksi Ternama di Bandung**

No	Nama Konveksi	Keunggulan
1.	Indonesian Apparel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konveksi yang berfokus pada pembuatan kaos.</li> <li>- Memiliki social media instagram</li> <li>- Konveksi yang mengerjakan pembuatan Kaos, Jaket, Jersey, dll</li> <li>- Salah satu konveksi yang terkenal dengan proses penyablonan nya.</li> </ul>
2.	Jack and John Apparel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konveksi yang berfokus pada penyablonan</li> <li>- Mampu mengerjakan penyablonan dalam sekala besar</li> <li>- Menyablon kaos, jaket dan sweater</li> </ul>
3.	Konveksi Suci	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki jumlah usaha konveksi sepanjang jalan suci, bandung</li> <li>- Memiliki variant penawaran menarik pada setiap toko</li> <li>- Konveksi yang mengerjakan pembuatan kaos, jaket, jersey, dll</li> </ul>
4.	Kibo Industries	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konveksi yang menggunakan bahan kualitas terbaik.</li> <li>- Kibo industries memiliki banyak akun social media aktif (Instagram, Kaskus, Facebook).</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konveksi yang mengerjakan pembuatan Kaos, Jaket, Jersey, Toothbag, Sweater, dll</li> <li>- Di pimpin oleh seorang yang berpendidikan S2</li> </ul>
--	--	---

(Sumber : Survey Hasil Wawancara pra penelitian 2017)

Tabel diatas menjelaskan sisi keunggulan yang dimiliki oleh Kibo Industries dibanding dengan konveksi lain nya. Kibo Industries bisa dibilang termasuk dalam sebuah usaha konveksi yang berkembang namun Kibo Industries bisa membuktikan bahwa Kibo sanggup untuk bersaing dengan konveksi yang sudah ada sebelum nya. Peneliti juga melihat keunggulan yang ada di Kibo industries yaitu sebagai salah satu konveksi yang terbilang sangat aktif dalam menggunakan social media (*Instagram, Facebook, Kaskus*). Setiap social media yang digunakan oleh Kibo Industries juga memiliki peranannya masing masing. Pada tabel 1.1 peneliti melihat jumlah orderan yang bisa dibilang sangat banyak untuk sebuah usaha konveksi yang masih berkembang, ditambah *Client* yang dimiliki oleh Kibo Industries adalah sebuah brand yang terkenal di indonesia yaitu PeterSayDenim & Victim World Wide.

Media sosial menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015:11) adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Untuk mengembangkan suatu usaha hingga secara global, harus bisa meningkatkan reputasi usaha khususnya untuk konveksi Kibo Industries yang terbilang adalah konveksi baru yang hadir ditengah para competitor yang sudah menjalankan bisnis sejenis terlebih dahulu. Dimana peningkatan reputasi konveksi sangat penting dikarenakan banyaknya kompetitif konveksi yang beredar dipasar. Harus juga diperhatikan pelaksanaan analisis realitas merek ke hati para konsumen yang berguna untuk menentukan strategi untuk meningkatkan *Brand Image* yang baik untuk para pelanggan. Dengan demikian,

peneliti mengajuk topik pembahasan dengan judul “*Brand Image Konveksi Kibo Industries Melalui Media Social Instagram*”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada, terdapat beberapa permasalahan pokok yang akan ditinjau dalam penelitian ini, yaitu:

Bagaimana membangun Brand Image pada Konveksi Kibo Industries melalui media sosial *Instagram*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk:

Mengetahui Brand Image yang telah dibangun di Konveksi Kibo Industries melalui media sosial *Instagram*.

## **1.4 Batasan Masalah**

Agar penelitian tidak menjadi terlalu luas dan menyimpang sehingga mendapatkan hasil yang tidak sesuai dengan tujuan semula, maka diperlukan batasan masalah pada penelitian ini, yakni Penelitian ini hanya membahas brand image konveksi Kibo Industries pada media sosial *Instagram*.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, diantaranya:

### **1. Aspek Akademis**

Secara akademis, manfaat dari penelitian “Brand Image Konveksi Kibo Industries melalui media sosial *Instagram* adalah :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berkaitan dengan bidang ilmu komunikasi, khususnya pada bidang marketing komunikasi pemasaran.

- b. Dapat dijadikan sebuah pedoman dalam penelitian sejenis atau terkait pada bidang ilmu komunikasi.

## 2. Aspek Praktis

Secara Akademis, manfaat hasil penelitian “Brand Image Konveksi Kibo Industries melalui media sosial *Instagram* adalah :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Konveksi Kibo Industries dalam membangun Image Brand Perusahaan.
- b. Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang kajian deskriptif dan menyeluruh mengenai bagaimana membangun Brand Image melalui Media Sosial *Instagram* pada Konveksi Kibo Industries.

### 1.6 Tahapan Penelitian

Tahapan Penelitian berguna agar penelitian berjalan dengan sistematis. Dan tahapan penelitian merupakan suatu proses yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan sebuah penelitian kualitatif. Adapun tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.3 Tahapan Penelitian**

No	Tahapan penelitian	Deskripsi
1	Memilih topik yang akan dibahas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menentukan topik penelitian.</li> <li>• Menentukan fokus penelitian.</li> <li>• Meneliti tentang masalah yang akan dibahas dalam penelitian.</li> <li>• Mengebangkan pertanyaan.</li> </ul>
2	Tahap Pra Lapangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menentukan objek dan subjek yang akan diteliti</li> <li>• Menentukan tehnik pengumpulan data</li> <li>• Memilih informan dari setiap unit</li> </ul>

		<p>analisis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyiapkan instrumen pedoman observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.</li> </ul>
3	Tahap Lapangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi</li> </ul>
4	Tahap pengolahan Data	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis data</li> </ul>
5	Hasil penelitian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menguji keabsahan data, saran, kesimpulan dan rekomendasi</li> </ul>

## **1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.7.1 Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini, Penulis memilih Kota Bandung sebagai lokasi Penelitian karena keberadaan Konveksi Kibo Industries terdapat di Kota Bandung Tepatnya di di Jalan Awiligar Ria 3 No 6, Bandung, Indonesia 420291.

## 1.7.2 Waktu Penelitian

Tabel 1. 4 Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																											
		Februari – Maret 2017				April – Mei 2017				Juni – Juli 2017				Agustus - September 2017				Oktober 2017				November 2017							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Mencari informasi awal untuk topik penelitian																												
2.	Penyusunan proposal Bab 1, Bab 2, Bab 3																												

