

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini dunia fashion semakin berkembang dan berpengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Seiring berkembangnya dunia fashion, media online juga mengalami perkembangan yang sangat pesat. Salah satu media online yang penggunaannya sangat digencarkan oleh banyak perusahaan karena semakin banyak masyarakat Indonesia yang menjadi target audiens yang aktif menggunakan sosial media. Berdasarkan data dari Suara.com jumlah pengguna sosial media mencapai 204,7 juta per tahun 2022. Angka ini meningkat 21 juta atau 12,6 persen dari tahun 2021.

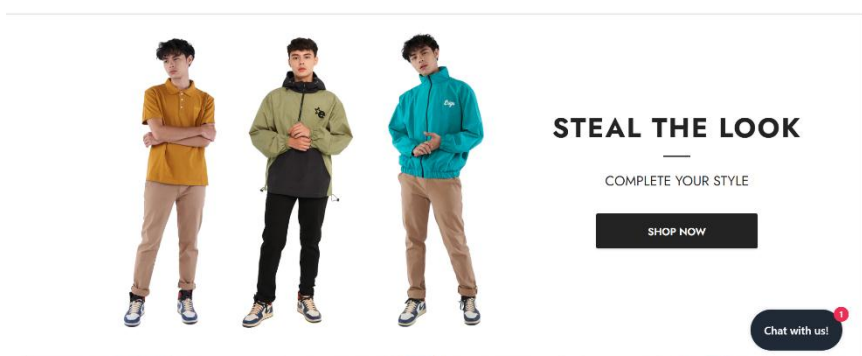
Jumlah ini terus meningkat, terbukti dari semakin banyak kemudahan mengakses internet. Fungsi internet yang beragam menjadikan internet sebagai alat pemenuh kebutuhan bagi manusia di era modern saat ini. Internet sebagai pemenuh informasi juga memiliki fungsi yang semakin luas yaitu untuk menjalin hubungan, sarana jual beli, edukasi, dan masih banyak lagi.

Dengan semakin meningkatnya pengguna media sosial tersebut, secara tidak langsung masyarakat dapat dikatakan sebagai target untuk menerima informasi yang secara bebas dipublikasikan melalui internet untuk membentuk citra, menjalin hubungan, mempromosikan dan mengumumkan suatu informasi. Hal tersebut termasuk ke dalam fungsi *public relations*. Dengan demikian, perusahaan perlu untuk meningkatkan komunikasi melalui media online.

Media sosial memiliki peran yang penting bagi suatu perusahaan atau Lembaga. Saat ini perusahaan di Indonesia sudah menggunakan media online untuk sarana publikasi salah satunya instagram dalam menjalankan kegiatan

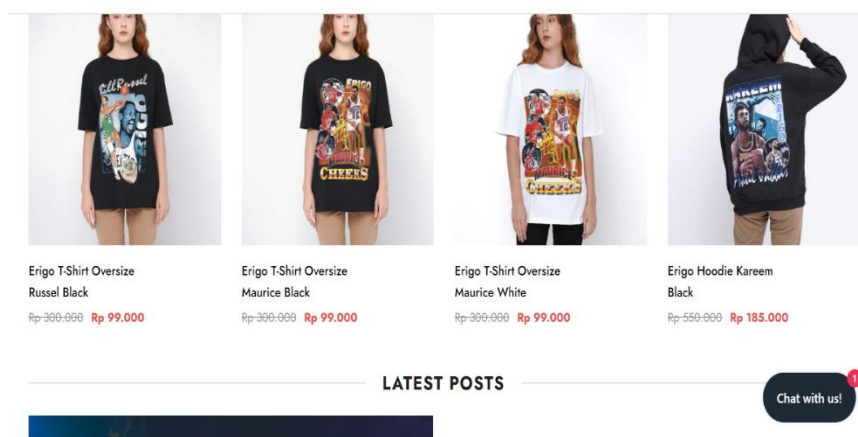
*cyber public relations*. Hal ini juga dilakukan oleh perusahaan Erigo yang juga aktif di beberapa media sosial seperti Official Website, Youtube dan Instagram.

Official Website Erigo dibuat untuk mempermudah audiens mendapatkan informasi terkait dengan produk Erigo. Website resmi milik Erigo ini menerapkan UI atau UX yang menarik dan membuat pengunjung nyaman mengakses website-nya. Selain tampilan, informasi yang ditampilkan juga terbilang lengkap. Erigo juga menggunakan foto produk dengan kualitas terbaik.



Gambar 1. 1 Tampilan Website Erigo

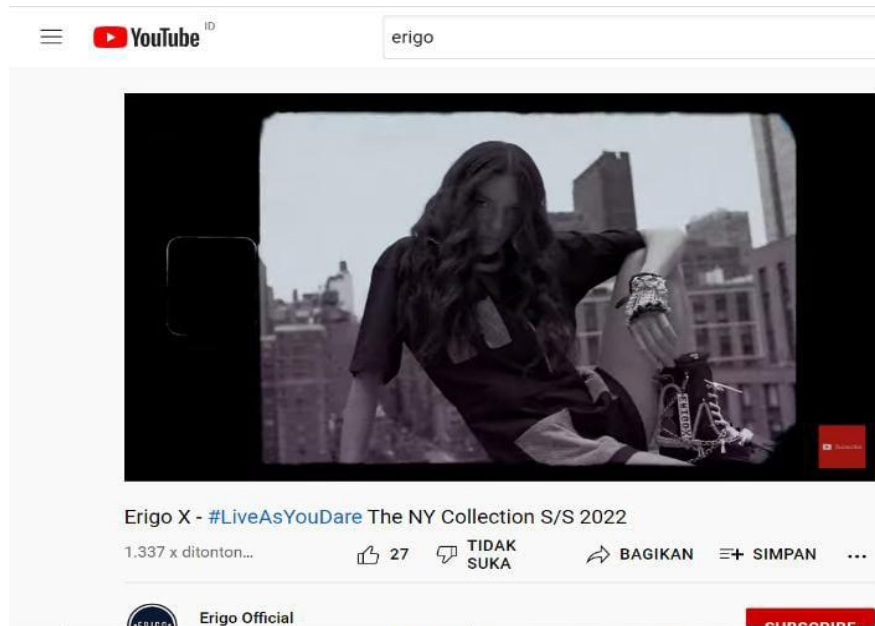
Sumber : Website erigo



Gambar 1. 2 Informasi Harga dalam Website Erigo

Erigo juga menggunakan Youtube dengan nama cahannel Erigo Official yang sekarang telah memiliki 6,31 ribu *subscriber*. Unggahan terbaru Erigo telah di tonton 1.337 kali dan disukai oleh 27 orang pengguna Youtube.

Erigo memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Akun Intagram



Gambar 1. 3 Unggahan terbaru dari Youtube Erigo

Sumber : Youtube Erigo

Erigo dengan username @erigostore awalnya hanya memiliki 500 pengikut, kini Erigo sudah memiliki 2,4 juta pengikut di Instagram.

Erigo juga cukup konsisten membuat *feeds* Instagram yang bagus dan menarik. Erigo kemudian mengusung tema travelling dalam instagramnya tersebut. Konsep tersebut sangat simpel tapi cukup *relate* dengan anak-anak muda. Jadi, konsep *feeds* Erigo ini sesuai dengan target pasar untuk menaikkan popularitas mereka.



Gambar 1. 4 Laman Instagram Erigo

Sumber: Instagram @erigostore

Selain menggunakan sosial media untuk mempromosikan produknya. Erigo juga sering mengikuti *event-event* untuk mempromosikan produk-produknya. *Brand fashion* yang mengikuti *event-event fashion show* untuk menciptakan citra baik untuk brand mereka. *Event* merupakan salah satu *tools* dari PR. *Public Relations* menurut (British) *Institute of Public Relations* (IPR) adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalyaknya (Jefkins, 2014:9). *Event* adalah salah satu alat *public relations* yang digunakan untuk membantu peran *public relations* dalam meningkatkan atau menciptakan citra yang baik pada sebuah perusahaan atau organisasi.

Menyelenggarakan sebuah *event* dalam perkembangan dunia modern saat ini bukan hanya untuk memperingati hal-hal penting saja, tetapi juga bisa untuk menyampaikan pesan yang informatif, persuasif, dan populer. Sebuah *event* juga akan menjadi sarana komunikasi yang akan menarik bagi pengunjung dan masyarakat umum untuk mengingat dan memahami apa yang ingin disampaikan.

Pada saat ini banyak perusahaan yang sering mengadakan atau mengikuti *event*. Penyelenggaraan sebuah *event* dapat menciptakan citra pada diri seseorang. Citra yang tercipta berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang pada penyelenggaraan sebuah *event*. Salah satu perusahaan yang sering mengadakan *event* guna meningkatkan citra perusahaan adalah Erigo.

Berbagai upaya dilakukan Erigo untuk mengembangkan *brandnya*. Erigo selalu berpartisipasi dalam acara offline seperti JakCloth. Selain itu Erigo terus berpromosi di acara-acara luring dan akhirnya melebarkan sayap ke pemasaran daring dengan bergabung ke dalam Shopee pada 2017 lalu. Erigo sendiri sering mengikuti *event-event* pameran untuk memperkenalkan dan membentuk citra *brand* di mata konsumen. Namun semua usaha itu belum cukup kuat untuk membuat Erigo bertahan di dunia fashion. Sehingga pada akhirnya Erigo memutuskan untuk mengikuti *special event* di New York yaitu New York *Fashion Week*. Hal ini tak lain bertujuan untuk membentuk suatu identitas atau ciri khas pada brand Erigo di mata dunia. Dilansir dari Anantara, bahwa setelah keterlibatan Erigo dalam New York *Fashion Week*, *Brand* Erigo menjadi lebih dikenal oleh masyarakat dan penjualan Erigo meningkat hingga 10 kali lipat dibanding tahun sebelumnya.

Dalam hal ini Erigo menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan *special event* New York *Fashion Week* 2022 yang diikutinya untuk mendapatkan citra yang baik di mata *audiens*. Melalui kegiatan *cyber public relations*,

suatu hubungan dapat terbina baik dengan adanya komunikasi timbal balik antara perusahaan dengan *public* melalui sarana. Hal ini menciptakan hubungan yang harmonis dan menciptakan citra positif. Menciptakan sebuah komunikasi yang efektif yang bersifat informatif dan persuasif. *Public relations* dapat melakukan pendekatan melalui media dan mampu membina hubungan baik dengan *public* sehingga mengenal dan mengetahui keinginan publiknya. *Cyber public relations* berperan penting karena melalui hubungan dengan *public* maka perusahaan tidak hanya menyediakan dan menyampaikan informasi saja, namun juga menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam membentuk citra positif.

Dengan kegiatan *public relations* dalam memanfaatkan teknologi komunikasi internet atau *cyber public relations*, perusahaan Erigo memanfaatkan media sosial Instagram diharapkan mampu memaksimalkan kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan public supaya terjaga citra positif perusahaan.

Dari penjelasan diatas, penelitian ini berjudul “Pengaruh *Cyber Public Relations* dalam mempublikasikan *Event New York Fashion Week* terhadap *Brand Image* Erigo.”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang diatas maka teridentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah di era digital *cyber public relations* di Instagram dapat meningkatkan *brand image*.
2. Adanya pengaruh *cyber public relations* di Instagram dalam mempublikasikan *Event* terhadap *Brand Image Erigo*.
3. *Seberapa besar pengaruh Cyber Public Relations* dalam mempublikasikan *Event New York Fashion Week* terhadap *Brand Image* Erigo.

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas permasalahan dibatasi hanya pada seberapa besar “Pengaruh *Cyber Public Relations* dalam mempublikasikan *Event New York Fashion Week* terhadap *Brand Image* Erigo”.

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas di dapat rumusan masalah sebagai berikut:  
Seberapa besar pengaruh *cyber public relations* dalam mempublikasikan *event* New York *fashion week* terhadap *brand image* Erigo?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur terkait event di Erigo

1. Seberapa besar *cyber public relations* di Instagram?
2. Seberapa besar *brand image* Erigo di Instagram?
3. Pengaruh *cyber public relations* dalam mempublikasikan *event* New York *fashion week* terhadap *brand image* Erigo?

### 1.6 Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Akademis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu komunikasi dan khususnya dalam bidang *public relations* dalam melaksanakan event yang berhubungan dengan *brand image*.

#### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil analisa penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi untuk mengetahui bagaimana hubungan *Event New York Fashion Week* dengan *brand*

image Erigo, sehingga dapat menjadi acuan bagi Erigo untuk membuat strategi lanjutan dalam meningkatkan brand image Erigo terdapat pengaruh 49,5 % *cyber public relations* terhadap *brand image*. Kemudian 50,5% dipengaruhi oleh factor lain yang bisa dijadikan pertimbangan sebagai masukan.