

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan profil Imokey, sejarah awal mula Imokey, Visi dan Misi serta perkembangan Imokey untuk kedepannya. Guna mendapatkan informasi diatas penulis mengadakan wawancara dengan tujuan memperoleh informasi yang dibutuhkan penulis.

A. Sejarah Singkat Imokey

Imokey didirikan oleh Ridhani Sabrina atau lebih akrab dipanggil Arin pada Desember 2016. Arin berasal dari Cilacap yang berstudi di Yogyakarta mengambil progam S-1 Manajemen di Universitas Negeri Yogyakarta. Berawal dari *hobby* dan ketertarikannya pada dunia *fashion*, Arin memulai menjalankan brand Imokey. Pada tahun 2017, semakin hari produk tasnya semakin digemari, Arin pun akhirnya mencari penjahit dari Jogja agar bisa terus mengontrol cara kerjanya.

Gambar 2.1 Logo Imokey



Sumber: Website Imokey

(www.imokeystore.com)

Pada tahun 2018, Imokey mulai mengikuti beberapa pameran-pameran di beberapa kota seperti Jakarta, Solo dan juga Surabaya. Imokey juga mulai untuk lebih aktif di media sosial untuk mendekatkan diri kepada customer dan juga mempromosikan produk-produknya. Setelah

mengikuti beberapa pameran dan juga aktif di media sosial, Imokey mulai dikenal oleh banyak anak muda diluar Yogyakarta.

Imokey memfokuskan konsep *90's and grunge style* sebagai value dari brand. Setelah mendapatkan tanggapan yang baik dari masyarakat khususnya anak muda, Imokey berkesempatan untuk mengikuti event musik terbesar di Indonesia, yaitu WTF (*We The Fest*) dan kemudian mendapat kesempatan untuk mengikuti pameran-pameran fashion brand lokal.

Imokey membuat produk untuk orang-orang yang memang suka dengan konsep 90-an dan *grunge*. Imokey memiliki campaign spesial yang diberi nama "*I'm Okay*" yang berasal dari filosofi brand. Campaign ini berasal dari kepercayaan Imokey bahwa apapun yang terjadi di kehidupanmu, pakailah sesuatu yang baik maka kamu akan baik-baik saja.

Imokey bertujuan untuk memberikan persepsi yang berbeda tentang *simple fashion*, yang ingin membuat produk dengan harga terjangkau. Harga terjangkau tidak selalu menunjukkan kualitas produk yang jelek, karena bagi Imokey semua produk yang dihasilkan memiliki standart ketahanan yang tinggi, dan kualitas yang baik.

B. Lokasi

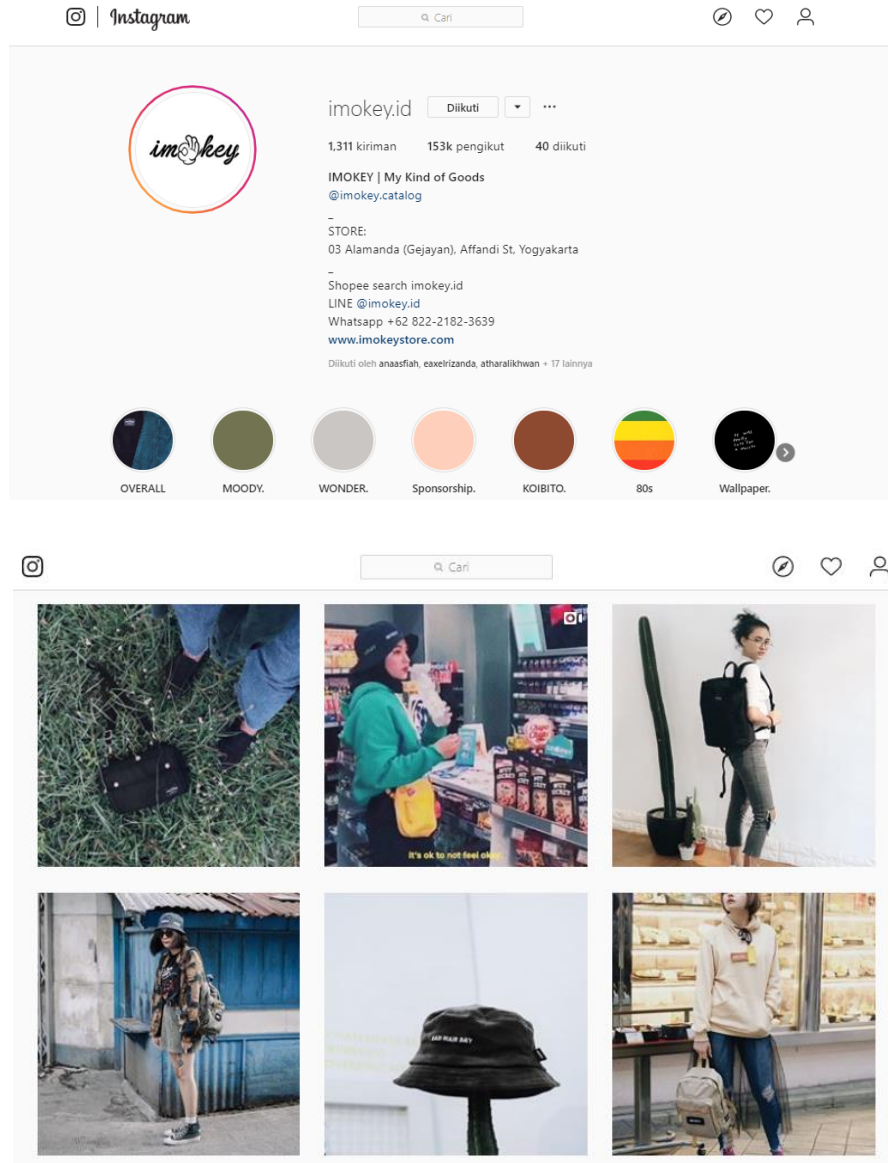
Imokey terletak di Jl. Affandi Gg. Alamanda No.3, Gejayan, Yogyakarta.

Website: www.imokeystore.com

Instagram: imokey.id

Email: imokeycompany@gmail.com

Gambar 2.2 Profil dan *Feed Instagram* Imokey



Sumber: Instagram Imokey

<https://www.instagram.com/imokey.id/?hl=id>

C. Visi dan Misi

Visi dari Imokey adalah membuat pengguna brand Imokey ini terlihat *simple but cool* menjadi lebih menyenangkan dan menjadi brand pakaian di Indonesia dengan konsep *grunge but simple* yang dapat mendunia. Untuk itu Imokey konsisten dalam membuat produk yang

berkualitas, nyaman digunakan, dan fungsional. Imokey juga memperhatikan pelayanan kepada *customer* agar *customer* dapat merasakan pengalaman berbelanja dengan menyenangkan. Oleh karenanya Imokey sangat menjaga *brand image* dengan sangat baik.

D. Struktur Organisasi

Owner: Ridhani Sabrina dan Naufal Nursidiq

Jobdesk: Mengatur konsep bagaimana produk dari Imokey di produksi dan selanjutnya menentukan bagaimana produk nantinya akan di *share* di sosial media, contohnya: seperti apa foto produk yang akan di *post*, bagaimana *tone* warnanya, bagaimana *caption* yang akan di bagikan, dan lainnya.

E. Segmentasi

Imokey memiliki target sasaran mulai dari pelajar hingga mahasiswa, yang berusia 15 hingga 25 tahun.