

ABSTRAK

Hirka merupakan salah satu *brand* sepatu kulit lokal yang berasal dari Bandung. Memulai karirnya dari tahun 2015. Salah satu keunikan yang dimiliki Hirka adalah pemilihan bahan baku yang berasal dari kulit kaki ayam atau biasa dikenal dengan *ceker*. Hirka mengklaim bahwa kulit kaki ayam mempunyai tekstur permukaan yang sama indahnya dengan kulit reptil. Kurangnya kesadaran masyarakat akan produk Hirka membuat Peneliti sadar bahwa perlu adanya sebuah pendekatan terhadap strategi pemasaran untuk meningkatkan *product knowledge*. Metode penelitian yang Peneliti lakukan adalah mengidentifikasi terlebih dahulu subjek dan objek penelitian, informan kunci. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah wawancara, pengamatan berperan serta, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian dianalisis menggunakan analisis kualitatif deskriptif. Hasil yang didapatkan adalah dalam penentuan tema konten dibutuhkan beberapa tahap. Hal ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman baru bagi konsumen. Konten ini berupa mengunggah proses produksi, kolaborasi, dan cerita perjalanan Hirka. *Engagement* yang Hirka lakukan berfokus pada kegiatan interaksi seperti: inovasi kemasan, *reposting*, pengenalan *brand*, *QnA*, informasi terkait *event* dan *campaign*. *Value product* produk Hirka berfokus pada tiga poin yaitu : *luxury*, *exclusive*, dan *exotic*. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk meneliti pemanfaatan media sosial Instagram @hirka.official untuk meningkatkan *Product knowledge*.

Kata Kunci : Hirka, Kulit Kaki Ayam, Value Product, Instagram

ABSTRACT

Hirka is a local leather shoe brand from Bandung. Hirka started its career in 2015. One of Hirka's unique qualities is the choice of raw materials that come from chicken leg skin or commonly known as "ceker". Hirka claims that chicken foot skin has a texture that is as beautiful as reptile skin. The lack of public awareness of Hirka products made the author aware that there was a need for an approach to marketing strategy to increase product knowledge. The research method that the author carried out was to identify the subject and object of research, and key informants. The data collection techniques used were interviews, role observation and documentation. The results of the research will be analyzed using descriptive qualitative analysis. The results obtained are that determining the content theme requires several stages. This aims to create a new consumer experience. This content takes the form of uploading production processes, collaborations and stories of Hirka's journey. Hirka's engagement focuses on interaction activities such as: packaging innovation, reposting, brand introductions, QnA, information related to events and campaigns. Hirka's product value focuses on three points: luxury, exclusive and exotic. The main aim of this research is to examine the use of social media Instagram @hirka.official to increase product knowledge.

Key words: Hirka, Chicken Leg Skin, Value Product, Instagram