

ABSTRAK

XYZ Footwear adalah pemimpin dunia dalam alas kaki kasual inovatif untuk pria, wanita, dan anak-anak dengan pendapatan tahunan lebih dari \$1 miliar. Perusahaan ini menawarkan beberapa koleksi sepatu berbeda dengan lebih dari 300 gaya alas kaki empat musim. XYZ Footwear menerapkan beberapa teknik pemasaran untuk menjangkau konsumen potensial, salah satunya melalui kolaborasi. Kolaborasi adalah sarana bagi XYZ Footwear untuk mendapatkan afinitas dan komunitas baru serta menciptakan citra merek yang relevan dengan segmen yang berbeda. Laporan ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana XYZ Footwear dapat menembus afinitas konsumen dan menjangkau komunitas baru melalui kolaborasi merek. Laporan ini akan berguna bagi perusahaan untuk melihat peluang dan membangun strategi dalam kolaborasi merek. Laporan ini menyajikan definisi teori dan konsep utama mengenai kolaborasi merek dan bagaimana hal ini dapat dikaitkan dengan menjangkau komunitas dan afinitas baru, kemudian juga dibahas pada bagian selanjutnya mengenai hasil penelitian mengenai penerapan kolaborasi merek pada Alas Kaki XYZ. Temuan dalam penelitian ini menemukan bahwa XYZ Footwear masih memiliki banyak ruang untuk berkembang dalam kolaborasi mereknya dan masih banyak afinitas dan komunitas yang belum terjangkau. Dalam mengimplementasikan kolaborasi, penting juga untuk membangun identitas merek yang kuat dan penting untuk tetap relevan dalam menjangkau komunitas terkait.

Kata Kunci: *Brand Collaborations, Consumer Affinity, Community Based Consumer, Footwear Brand.*

