**KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP BRAND AWARENESS BRAND ROCKICKZ**

Kevin, Sinta Paramita, S.I.P., M.A.

[*Kevin.maulany97@gmail.com*](mailto:Kevin.maulany97@gmail.com) *,* [*Sintap@fikom.untar.ac.id*](mailto:Sintap@fikom.untar.ac.id)

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

***Abstract:***

*marketing communication is a means by which companies try to inform, persuade, and remind consumers directly or indirectly about the products and brands that are sold. Marketing communication theory covers several marketing communication mixes consisting of advertising, direct marketing, sales promotion, personal selling, interactive marketing, public relations. The purpose of the marketing communication mix is ​​to create brand awareness. This brand awareness is the ability of consumers to recognize or remember a brand, including the name, logo and also certain slogans that have been used by the brand in promoting products. During marketing communications, Rockickz carries out strategies to create brand awareness. Rockickz's strategy is in the marketing communication mix. This research methodology uses qualitative, with the case study method. Data collection is done by interview, observation and literature study.*

*Keywords: Marketing communication mix, brand awareness, Rockickz, case studies, qualitative*

Abstrak:

komunikasi pemasaran (*marketing communication*) adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Teori komunikasi pemasaran mencangkup beberapa bauran komunikasi pemasaran terdiri dari periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran interaktif, hubungan masyarakat.Tujuan dari bauran komunikasi pemasaran tersebut adalah unutk mneciptakan brand awareness. Brand awareness ini merupakan kemampuan konsumen dalam mengenali atau mengingat sebuah merek, termasuk nama, logo dan juga slogan – slogan tertentu yang pernah di gunakan oleh brand tersebut dalam mempromosikan produk – produk. Pada saat melakukan komunikasi pemasaran, Rockickz melakukan strategi – strategi untuk menciptakan brand awareness. Strategi yang di lakukan Rockickz terdapat dalam bauran komunikasi pemasaran. Metodelogi penelitian ini menggunakan kualitatif, dengan metode studi kasus.Pengumpulan data di lakukan dengan wawancara, observasi dan studi kepustakaan.

**Kata kunci**: Bauran komunikasi pemasaran, brand awareness, Rockickz, studi kasus, kualitatif.

**Pendahuluan**

Gaya berbusana yang kini telah berkembang pesat di banyak daerah di Indonesia bahkan hampir diseluruh negara. Perkembangan ini tidak hanya dalam hal berpakaian saja seperti baju dan celana, tetapi sepatu turut serta menjadi sesuatu yang penting untuk diperhatikan dalam menunjang penampilan dalam beraktifitas dan gaya hidup masyarakat.

Menurut Dwi Asdono Basuki (2010) sepatu adalah pakaian untuk kaki sedang kaki adalah anggota badan yang hidup dan bergerak, dengan bentuk yang asimetris pada struktur dan geraknya. Gerakan kaki adalah gerakan yang kompleks dari banyak tulang yang saling berhubungan. Oleh karena itu dalam membuat sepatu tidak boleh sembarangan, harus mengikuti anatomi kaki dan aturan-aturan secara ilmiah serta teknologi tertentu, sehingga hasil sepatu yang diperoleh dapat cocok dan sesuai serta enak dipakai pada kaki.

Definisi dari Brand Awareness adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk. Bagian dari suatu kategori produk perlu ditekankan karena terdapat suatu hubungan yang kuat antara kategori produk dengan merek yang dilibatkan.

**Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kualitatif. Menurut Moleong, penelitian kualitatif juga merupakan penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya seperti perilaku, persepsi, tindakan dan motivasi, secara holistic, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan juga bahasa, pada suatu konteks khusus dengan memanfaatkan berbagai macam metode alamiah (Moleong, 2009:6).

Sedangkan menurut Sugiyono (2010:6), penelitian kualitatif adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data valid dengan tujuan yang dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan oleh pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, serta mengantisipasi masalah dalam bidang pendidikan.

Dalam penelitian ini, studi kasus adalah metode penelitian kualitatif yang peneliti pakai. Dalam metode studi kasus, subjek penelitian dapat meliputi individu, kelompok, lembaga maupun masyarakat. Tujuan dari studi kasus ini adalah untuk memberikan gambaran secara terperinci mengenai latar belakang, sifat serta karakter yang khas dari kasus, maupun status dari individu dan kemudian sifat-sifat khas tersebut akan dijadikkan suatu hal yang bersifat umum. Studi kasus ini biasanya banyak dipakai untuk meneliti desa, kota besar, sekelompok manusia, para pemimpin dan sebagainya (Nazir, 2011:57).

Metode yang digunakan adalah metode studi kasus sesuai dengan yang disampaikan oleh Robert K Yin(2008).Studikasus digunakan sebagai suatu penjelasan komprehensif yang berkaitan dengan berbagai aspekseseorang, suatu kelompok,suatu organisasi, suatu program, atau suatu situasi kemasyarakatan yang diteliti, diupayakandan ditelaah sedalam mungkin. Studi kasus juga memiliki pengertian berkaitan dengan penelitian yang terperinci tentang seseorang atau suatu unit sosial dalam kurun waktu tertentu

. Hal ini dilakukan supaya peneliti bisa mengumpulkan dan mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai individu yang diteliti, berikut masalah yang dihadapi supaya dapat terselesaikan dan membuat diri individu tersebut berkembang lebih baik.

Mengapa peneliti menggunakan studi kasus sebagai metode penelitian, karenakan peneliti ingin mencari tau dan mengetahui serta mengumpulkan informasi-informasi lebih mendalam pada kasus serta permasalahan yang ada. Pada penelitian ini, kasus dan fenomena yang diambil adalah Rockickz yang memiliki ciri khas menyediakan jasa pencucian sepatu. Nantinya untuk mengumpulkan informasi tersebut, peneliti akan menggunakan metode wawancara, observasi, dan studi kepustakaan.

**Hasil Penemuan dan Diskusi**

Ungkap Marcello, Rockickz ini telah melakukan pemasaran langsung, dengan cara mengikuti acara – acara sepatu yang berhubungan dengan *streetwear*, karena dia mempunya jasa dan produk yang berhubungan dengan *fashion*. Jadi untuk pemasaran langsung, biasa Rockickz mengikuti acara – acara atau bisa juga Rockickz sendiri yang membuat suatu acara yang dimana gunanya yaitu untuk menjangkau masyarakat luas.

Media yang digunakan Rockickz untuk melakuakn sebuah promosi yaitu melalui sosial media yaitu instagram kemudia market place juga, seperti tokopedia, shopee. Pada saat Rockickz melakukan promosi melalui instagram, Rockickz melakukan paid promote, membuat instagram bisnis.

Dalam mengiklankan Rockickz, Marcello di market place dan di online Rockickz ini melakukan add’s terus mengadakan promo, untuk yang offline biasa Rockickz mencetak flyer setelah itu di bagi – bagikan ke komplek – komplek perumahan. Sama juga pada saat ada acara – acara sepatu Rockickz mendirikan boot dan membagikan flyer juga secara halus, ungkap Marcello.

Cara Rockickz membangun *Brand Awareness* di mata konsumen yaitu dengan survei terlebih dahulu target dan strateginya ini mau menyerang ke umur berapa, lebih ke pria atau wanita. Kemudian Rockickz mulai mendisign logo, mendisign *packaging,* kemudian packagingnya ini harus sesuai dengan target tujuan dari Rockickz ini, Bila mengacu pada anak muda ya design dari packagingnya harus mempunyai design yang milenial.

Kemudian Marcello dalam menentukan nama perusahaannya pun menggunakan merek yang mudah di ingat oleh banyak orang, dan juga tidak lupa mengedepankan nama besar dari orang tuanya, sebagai gitaris dari group band Saint Loco.

Rockickz juga mempunyai seorang *Public Relation* di dalamnya, gunanya untuk membangun hubungan - hubungan internal dengan *client,* merekalah yang menjalin komunikasinya. Contohnya bila ingin membuka boot di suatu acara *sneakers,*pameran – pameran, bazar – bazar atau bisa juga dalam membangun kerja sama dengan suatu perusahaan, itulah tugas seorang *Public Relation* dari Rockickz.

Promosi yang di sampaikan ke pelanggan oleh Rockickz tidak semuanya berjalan dengan baik atau tidak semuanya berhasil. Tetapi promosi yang sangat berhasil adalah dengan acara – acara *offline* pada saat acara *sneakers.*Menurut Aldo, untuk masalah tolak ukur berhasil atau tidaknya promosi dari Rockickz bisa di lihat dari biaya produksi dari enam bulan pertama sama dengan jangka waktu satu tahun.

Aldo mengungkapkan bahwa yang menjadi ciri khas dari Rockcickz agar banyak konsumen bila ingin mencuci sepatunya ya hanya Rockickz lah yang ada di benaknya. Yaitu dengan mengedepankan nama dari ownernya sendiri yaitu Iwan Saint Loco, walaupun pada saat ini anak dari ownernya yang bernama Marcello pun juga bekerja sebagai owner dari Rockickz. Selain itu tidak boleh di lupakan juga dalam hal memberikan pelayanan yaitu dengan sebaik mungkin, mencuci dengan detail. Dan yang paling penting itu adalah kepuasan pelanggan dari Rockickz sebut Aldo.

Menurut Alfredo Rockickz merupakan tempat jasa mencuci sepatu, pada saat itu Alfredo sedang mencari – cari tempat untuk mencuci sepatunya di media sosial yaitu instagram. Alfredo membuka – buka instagram dan kemudian dia mendapatkan Rockickz melalui instagram add’s, dan kebetulan toko Rockickz ini berada tidak jauh dari rumahnya, kemudian dia mencoba jasa dari Rockickz ini.

Alfredo berkata untuk masalah membangun Brand Awarenessnya, Rockickz ini sudah membangunnya dengan baik, melalui instagramnya, Rockickz menggunakan instagram add’s ,melihat dari followersnya juga dengan ini semua menurut Alfredo sudah membangun Aware ke masyarakat juga. karena dengan instagram add’s ini Alfredo dapat mendapatkan informasi – informasi dari Rockickz tersebut. Dengan itu Alfredo mempercayakan jasa Rockickz ini untuk mencuci sepatunya.

Pelayanan dari Rockickz sendiri menurut Alfredo sudah cukup baik. karena sebelumnya Alfredo pernah mencuci satu sepatunya di sebuah jasa tempat cuci sepatu lain, pelayanannya sama dengan Rockickz tetapi dalam penyelesaian kerja memakan waktu yang lumayan lama. Tetapi Alfredo berkata, pada saat dia mencuci sepatu di Rockickz ini, dengan harga sekian, cepat dan hasilnya memuaskan,tidak ada masalah baginya, dan ini merupakan pelayanan baik ucapnya.

Untuk pelayanan dari Rockickz sendiri Vedrian berkata bahwa pelayanannya memuaskan, walaupun harganya lebih tinggi dari kompetitor lainnya, tetapi menurutnya pelayanan dari Rockickz ini lebih cepat, lebih bersih, karena dia pernah mencuci sepatunya di tempat lain dan proses kerjanya itu memakan waktu yang cukup lama butuh 4 sampai 5 hari, tetapi di Rockickz ini hanya butuh waktu yang tidak lama yaitu 1 sampai 2 hari saja.

Selain itu Vedrian berkata, pada saat iya mencuci sepatu di tempat lain, pada saat selesai di cuci di bagian sepatunya itu masih terdapat noda kotoran yang belum hilang, tetapi saat iya mencuci sepatunya di Rockickz itu, setelah selesai di cuci sepatunya terlihat sangat bersih sampai pada bagian solnya – solnya, Selain itu saat selesai di cuci sepatunya sangat harum.

Pada saat ulang tahun Rockickz yang pertama Vedrian mendapatkan promo diskon 30% dari Rockickz, karena dia mencuci empat sepatunya, empat sepatu itu tidak semuanya milik Vedrian, tetapi ada juga milik teman – temannya yang kebetulan Vedrian ini memberi informasi kepada teman – temannya bahwa Rockickz mengadakan promo diskon 30% bila mencuci 4 sepatu kepadanya, dan kemudian teman – temannya itu tertarik.

Vedrian mengetahui promo – promo tersebut dari instagram, kebetulan Vedrian memfollow instagram dari Rockickz ini, karena memang sudah sejak dulu sampai dengan saat ini Rockickz sudah sangat *update* di media sosialnya terutama instagram untuk masalah promo – promonya.

**Simpulan**

Jadi kesimpulan dari skripsi yang telah di buat oleh penulis dengan topik yang penulis angkat mengenai komunikasi pemasaran dan *brand awareness* yang terjadi di tempat jasa pencucian sepatu Rockickz ini. Penulis menarik beberapa kesimpulan, yaitu :

Bahwa Rockickz dalam menjalankan komunikasi pemasaran dan membangun *brand awareness* di mata konsumen sudah berjalan dengan baik atau sudah terlaksana dengan baik. yang pertama dalam menjalankan komunikasi pemasarannya, Rockickz sudah menggunakan beberapa bauran dari komunikasi pemasaran seperti contohnya periklanan (*advertising*), pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), dan hubungan masyarakat (*public relations*).

Rockickz sangat *update* di media sosial instagramnya, biasa untuk promo – promo, diskon, *give away* Rockickz menggunakan story instagramnya untuk mengiklankan atau memberi informasi kepada semua konsumennya

Selain itu Rockickz juga telah membangun brand awarenessnya dengan cukup baik, dengan mengedepankan nama besar ownernya yang merupakan musikus terkenal tanah air, kemudian juga Rockickz sudah memberi atau menaruh *Top of Amind* nya di mata konsumen dengan perbedaan yang sangat terlihat jelas dengan tempat jasa tempat cuci sepatu lain yaitu Rockickz tidak hanya menyediakan jasa pencucian sepatu, tetapi juga bisa mencuci topi tas, repaint warna sepatu, pembenaran sepatu, custom sepatu.

Di satu sisi sepatu – sepatu, tas, topi yang biasa di cuci di Rockickz ini juga bisa menerima brand – brand ternama di dunia, seperti contohnya GUCCI, LOUIS VUITTON, BALENCIAGA, YEZZY, KENZO dan lain – lain.

**Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih atas penyelesaian penelitian ini kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumangara dan para narasumber yang merupakan sumber dari penelitian yang sudah bersedia meluangkan waktunya serta semua pihak yang terlibat.

**Daftar Pustaka**

Basuki, Dwi Asdono, 2010, Teknologi Sepatu, Yogyakarta: Akademi Teknologi Kulit

Moleong, Lexy J. 2009. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: RemajaRosdakarya

Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian.* Bogor : Ghalia Indonesia.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Yin, Robert K. (2008*).Case Study Research: Design and Methods (Applied Social Research Methods). Illinois : Sage Publications, Inc.*