

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

- (A) KEVIN (915150158)
(B) KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP *BRAND AWARENESS*
BRAND ROCKICKZ
(C) xiii + 52 hlm, 2019, tabel 3, gambar 8, lampiran 4
(D) ADVERTISING

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 untuk menciptakan *brand awareness*. *Brand awareness* ini merupakan kemampuan konsumen dalam mengenali atau mengingat sebuah merek, termasuk nama, logo dan juga slogan – slogan tertentu yang pernah digunakan oleh brand tersebut dalam mempromosikan produk – produk. Pada saat melakukan komunikasi pemasaran, Rockickz melakukan strategi – strategi untuk menciptakan *brand awareness*. Strategi yang dilakukan Rockickz terdapat dalam bauran komunikasi pemasaran. Metodelogi penelitian ini menggunakan kualitatif, dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan studi kepustakaan.

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

(E) Daftar Pustaka 21 (2005-2017)

(F) (Sinta Paramita, S.I.P., M.A.)