

Pentingnya Komunikasi Pemasaran Menciptakan Kesadaran Merek

Posted by: **Dedi Hidayat** 13-04-2020 10:58 WIB 183 viewer



Dr. Dedy Ansari Harahap, SP., MM selaku Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung

Tidak bisa dipungkiri era digital telah mengubah cara bisnis perusahaan memasarkan produknya, perusahaan harus menyesuaikan strategi mereka untuk menjangkau pelanggan, bagaimana era tersebut telah mengubah saluran pemasaran. Sebagian besar bisnis sekarang berubah ke online dan masing-masing menggunakan metode komunikasi digital yang berbeda dalam melakukan komunikasi pemasaran perusahaannya. Semuanya didigitalkan yang berarti cara bisnis berkomunikasi dengan pemangku kepentingan telah berubah.

Komunikasi pemasaran mempengaruhi kesadaran merek apabila semua elemen yang terlibat didalamnya berperan dan berfungsi optimal. Elemen komunikasi pemasaran yang mencakup semua 'tools' marketing-mix serta unsur-unsur derivatifnya memiliki peran yang sama yakni mengoptimalkan fungsinya untuk memperkenalkan barang dan jasa kepada semua pelanggannya. Beberapa alat bauran pemasaran yang tak berfungsi dan berperan akan menurunkan gerak optimal fungsi komunikasi

pemasaran. Pada gilirannya, memudahkan timbulnya kesadaran merek (Amanah & Harahap, 2018).

Kesadaran merek merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pengertian merek secara integral dalam konteks brand equity, sehingga kesadaran merek merupakan salah satu dimensi dari brand equity. Dalam kaitan dengan brand awareness, pengertian brand association dan brand image menjadi bagian yang selalu akan terkait dengan pengenalan merek dan akhirnya berubah menjadi kesadaran merek bagi para pelanggan organisasi atau perusahaan. Semua deskripsi tersebut memberi makna tersurat bahwa kesadaran merek hanya akan berfungsi dengan baik apabila semua elemen bauran pemasaran bergerak secara simultan dan terintegrasi, serta dijalankan oleh sumberdaya manusia yang handal (Amanah & Harahap, 2018).

Penerapan komunikasi pemasaran sangat penting dilakukan dengan tujuan meningkatkan brand awareness, sehingga konsumen menjadi tertarik untuk memilih produknya. Untuk meningkatkan brand awareness bagi pelanggan, diharapkan komunikasi pemasaran harus dilakukan secara terpadu oleh perusahaan agar terjadi peningkatan yang signifikan terhadap brand awareness. Komunikasi di era digital telah berkembang secara dramatis, dan komunikasi yang efektif dapat menjadi pengubah dalam persaingan bisnis.

Perusahaan harus mampu melakukan komunikasi pemasaran dalam menganalisis kesadaran merek pelanggan serta mendapatkan produk yang sesuai dengan pandangan pelanggan dan memungkinkan mereka untuk melihat produk sendiri, menciptakan hubungan yang mempromosikan kesadaran merek yang kuat, sehingga dapat dikembangkan metode komunikasi pemasaran yang sesuai dan lebih tepat dalam menciptakan kesadaran merek pelanggan.

Dr. Dedy Ansari Harahap, SP., MM

Email : deanhar@yahoo.com

Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Bandung

<http://infobrand.id//pentingnya-komunikasi-pemasaran-menciptakan-kesadaran-merek.phtml>