

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RELX STORE PAKUWON GOLF DALAM MEMASARKAN PRODUK IMPOR ROKOK ELEKTRIK MELALUI MEDIA SOSIAL WHATSAPP & INSTAGRAM

¹Dhea Gabriel Sekarsari, ²Maulana Arief, ³Mohammad Insan Romadhan

¹²³Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

dheagabriels@gmail.com

Abstract

Communication plays an important role in achieving the success of a company in supporting a company's marketing strategy. Because without communication, the community as a whole will not know the existence of market products. While the main task of a market-oriented company is to build and maintain relationships with its customers. Like marketing relationships that include maintenance, and enrichment of relationships for the long term with customers and other interested parties, so does RELX Store Pakuwon Golf in attracting its customers also requires the right marketing communication strategy. This study aims to find out what marketing communication strategies are carried out by RELX Store Pakuwon Golf in marketing its products so that they can compete and not lose to other vape products. This research is a type of qualitative research with an interpretive paradigm approach, using the model of Harold Laswell's communication theory and the Direct Selling Theory of Pride et Al that direct selling is marketing products to customers through presentations face-to-face sales at home or at work. Direct selling is a method of selling certain goods and services through marketing networks developed by working business partners. This qualitative approach uses data collection techniques in the form of interviews and documentation.

Keyword : Strategy, Communication, RELX, Direct Selling, Marketing

Abstrak

Komunikasi memegang peranan penting untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan dalam mendukung strategi pemasaran suatu perusahaan. Karena tanpa komunikasi masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk pasar. Sedangkan tugas utama dari perusahaan yang berorientasi pada pasar adalah membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggannya. Seperti hubungan pemasaran yang mencakup hal pemeliharaan, dan pemerayaan hubungan untuk jangka panjang dengan pelanggan maupun pihak - pihak berkepentingan lainnya, begitu pula dengan RELX Store Pakuwon Golf dalam menarik pelanggannya juga membutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh RELX Store Pakuwon Golf dalam memasarkan produknya sehingga bisa bersaing dan tidak kalah dengan produk vape lain. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan paradigma interpretif, menggunakan model teori komunikasi Harold Laswell dan Teori Direct Selling dari Pride et Al bahwa direct selling merupakan pemasaran produk kepada pelanggan melalui presentasi penjualan tatap muka di rumah atau di tempat kerja. Direct selling adalah metode penjualan barang dan jasa tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja. Pendekatan kualitatif ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Pemasaran, RELX

Pendahuluan

Seiring berjalannya waktu dan kemajuan teknologi, semakin banyak produk yang dikembangkan untuk menggantikan rokok tradisional, terutama rokok elektrik atau dikenal juga dengan vape/vapor. E-rokok dikandung pada tahun 1930 dan mengalami masa kejayaannya pada tahun 2003, ketika SBT Co. Ltd. memproduksi dan diberi nama "Ruyan", yang berarti "mirip dengan rokok". Rokok elektrik adalah alat yang memberikan sensasi yang sama dengan merokok tetapi mengeluarkan aerosol daripada asap, sedangkan rokok membakar tembakau dan bahan kimia lain yang bersifat adiktif karena bahan adiktif (nikotin) yang dibuat, dan senyawa ini dapat tercemar oleh rokok elektrik. yang telah menggantikan mereka. Cairan dalam uap hanya terdiri dari perasa, nikotin, propilen glikol, dan gliserin, yang semuanya merupakan zat umum dalam pengobatan dan makanan. Karena rokok elektrik tidak mengandung tembakau, mereka menimbulkan masalah kesehatan yang lebih sedikit daripada rokok. Namun, stigma yang terkait dengan rokok elektrik terkadang dikaitkan dengan rokok karena mereka menghasilkan asap yang sama meskipun faktanya mengandung.

RELX adalah alternatif dari rokok biasa yang termasuk dalam kategori tipe pod RELX dan relatif mudah digunakan karena sistem tertutup RELX. Berbagai bentuk uap dihasilkan sebagai akibat dari sifat-sifat yang berlawanan ini. Perbedaan yang paling mencolok antara steam dan bellow adalah bagaimana cairan diinjeksikan ke dalam proses pemanasan. Sistem uap terbuka memiliki tangki cairan yang diisi secara manual, sedangkan RELX memiliki NPOD yang telah diisi sebelumnya yang tidak memerlukan pengisian oleh manusia. Saat cairan habis, ganti saja kartridnya. RELX juga memperkenalkan berbagai barang sekali pakai baru, termasuk BubbleMon, yang awalnya diimpor dari Korea, dan WAKAa, yang kini memiliki rasa baru. RELX menyediakan produk refill cartridge yang mirip dengan Vapor pada umumnya. Alternatif tembakau ini tersedia dalam berbagai merek, bentuk, dan rasa, memungkinkan pelanggan untuk menyesuaikannya dengan kebutuhan mereka sendiri. Namun, jika barang baru pengganti rokok elektrik diproduksi, daya jual produk akan terpengaruh, oleh karena itu rencana komunikasi pemasaran merek akan mempengaruhi seberapa baik produk dapat bersaing di pasar.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009), "komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen, secara langsung dan tidak langsung, tentang produk atau merek yang dijual perusahaan." Tujuan dari strategi komunikasi pemasaran ini adalah untuk memudahkan korporasi atau pemilik perusahaan dalam mengiklankan produknya. Konsumen adalah salah satu pengaruh paling kuat pada kemampuan perusahaan untuk berhasil menerapkan rencana komunikasi pemasaran. Periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan hubungan masyarakat, penjualan pribadi, pemasaran langsung, dan dari mulut ke mulut adalah bagian dari rencana komunikasi pemasaran. Penelitian ini berfokus pada penentuan pendekatan yang tepat dan akurat untuk melaksanakan rencana komunikasi pemasaran langsung yang tepat untuk meningkatkan minat pelanggan terhadap barang menggunakan media sosial WhatsApp.

Strategi Komunikasi Pemasaran RELX Store Pakuwon Golf Surabaya menjual langsung ke pelanggan. Secara umum direct selling mengacu pada cara distribusi dimana produsen melakukan kontak langsung dengan pelanggan, yaitu produsen telah mengidentifikasi target pasarnya, dan pemasaran langsung terbukti cukup efektif. Penjualan langsung memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan cabang, antara lain: B. membangun hubungan pelanggan yang kuat, meningkatkan pendapatan, menjangkau lebih banyak konsumen, mempromosikan inovasi dan kualitas, meningkatkan kebahagiaan pelanggan, dan menyampaikan pesan dan penawaran secara efektif. Walaupun penjualan langsung tidak melibatkan pihak ketiga, namun mereka berpotensi untuk meningkatkan penjualan. Hal ini tercermin dalam ekspansi penjualan langsung yang berkelanjutan. Penelitian ini berfokus pada

bagaimana RELX Store Pakuwon Golf memilih rencana komunikasi pemasaran terbaik untuk bersaing dengan semakin banyaknya rokok elektrik di pasaran, sehingga daya beli produk tersebut tidak menurun.

Menurut Teori Strategi Komunikasi Kotler dan Keller yang sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar untuk mempromosikan produknya, teori ini dapat membantu organisasi dalam menentukan target pasarnya, cara menyampaikan, dan menjelaskan manfaat produk kepada calon konsumen agar mereka tertarik. Beli produk yang disarankan. Ada banyak strategi komunikasi pemasaran untuk RELX Store Pakuwon Golf, tetapi mereka lebih fokus pada penjualan langsung karena departemen memiliki lalu lintas yang fluktuatif, kadang sibuk, kadang sepi, sehingga strategi komunikasi pemasaran yang menggunakan penjualan langsung untuk benar-benar melayani toko akan bermanfaat. . menjangkau lebih banyak orang dan memberi tahu mereka tentang penawaran khusus atau membantu klien yang ingin membeli secara online. Toko RELX di Pakuwon Golf menawarkan aplikasi penjualan online yang mirip dengan Grabmart. Namun, lebih spesifik karena aplikasi ini secara eksklusif menjual item RELX dan juga ada program pengiriman gratis. Perangkat lunak ini dikenal sebagai Urutan ESB. Aplikasi ini mendorong penjualan karena rata-rata konsumen RELX Store Pakuwon Golf adalah pebisnis dan atlet yang tidak memiliki banyak waktu untuk membeli di dalam toko. Proses pemesanan melalui ESB Order identik dengan Grabmart; pertama, kami memilih barang, dan kemudian kami dikirim ke bagian pembayaran. Konsumen kemudian diminta untuk memberikan informasi pribadi dan membayar dengan pesanan ESB. Ketika konsumen siap, mereka diinstruksikan untuk memastikan bahwa produk tersebut sesuai. Jika demikian, pelanggan akan segera diberi driver. Pesanan akan diambil oleh pengemudi satu menit setelah pembayaran diterima. Tautan pesanan ESB tersedia secara eksklusif untuk pelanggan melalui WhatsApp dan Instagram Blast RELX Store Pakuwon Golf. Pelanggan yang sebelumnya berbelanja di toko akan mendapatkan link order ESB melalui WhatsApp karena link order ESB ada di pesan selamat datang WhatsApp RELX Store Pakuwon Golf Surabaya dan akan diberikan kepada pelanggan setiap hari agar pesan tidak terlupakan. Karena tidak tenggelam, mereka akan selalu mengingat produk ini dan pesannya.

Teknik kualitatif diterapkan dalam penelitian ini. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian teoretis di mana hipotesis dinilai menggunakan pengetahuan lapangan dan materi yang dikumpulkan melalui wawancara. Landasan dari teori komunikasi Lasswell adalah bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana suatu alat komunikasi mengirimkan suatu pesan ke alat komunikasi lainnya melalui suatu media yang menimbulkan efek tertentu. Teori Lasswell mendefinisikan media pesan secara luas, yaitu H. mempekerjakan media massa, yang merupakan tujuan dalam teori komunikasi Lasswell. Pesan yang diberikan dianggap inovatif dan berhasil dalam komunikasi. Konsentrasi dan perhatian Lasswell adalah aspek penting dalam komunikasi.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma interpretif karena peneliti akan mengobservasi secara langsung, dan melihat fakta dilapangan. Secara umum pendekatan interpretasi merupakan sebuah sistem sosial yang memaknai perilaku secara detail langsung mengobservasi.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif, dengan tujuan untuk berusaha menjelaskan dan menggambarkan Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan RELX Pakuwon Golf untuk memasarkan produknya sesuai dengan informasi yang didapat. Metode penelitian kualitatif dilakukan oleh peneliti karena ingin memperoleh pemahaman

yang mendalam, untuk mengembangkan teori, dan juga mendeskripsikan masalah berdasarkan realita.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dipakai oleh peneliti dengan cara mengumpulkan data berupa *screenshot* chat whatsapp dan story instagram, peneliti juga melakukan reduksi data untuk memisahkan data mana yang penting dan mana yang tidak, peneliti melakukan reduksi data pada hasil wawancara yang dikumpulkan dari narasumber & informan. Peneliti menggunakan metode kualitatif untuk mendeskripsikan hasil penelitian yang didapat agar lebih mendalam dan juga dapat dimengerti.

Hasil dan Pembahasan

Hasil yang ditemukan oleh peneliti selama melakukan penelitian di RELX Store Pakuwon Golf menemukan bahwa yang membuat RELX Pakuwon Golf bertahan lama adalah menggunakan Strategi Komunikasi Pemasaran terkonsep seperti harus mengupload konten di media sosial sebanyak 3 kali dalam sehari, lalu menggunakan broadcast message di media sosial sebagai alat untuk memberi tahu kepada customer tentang promo apa saja yang sedang berlangsung, dan juga secara tidak langsung memberi product knowledge kepada customer yang tidak tahu akan produk tersebut.

Pada isi broadcast message tersebut berisi informasi promo bulanan, produk terbaru yang sedang launching dan juga link untuk order online, melalui link tersebut customer dapat melihat produk apa saja yang masih tersedia dan bisa di order.

“Cara ini sangat membantu saya dalam segi pemesanan online, saya tidak perlu datang ke store, biasanya Store specialist membantu saya untuk mengecek apakah ketersediaan pods masih ada atau tidak, jika ada saya langsung diarahkan untuk order melalui link yang tersedia didalam broadcast message” (Informan, Customer Natasha, 2023)

Link tersebut akan mengarah ke dalam website semacam grabmerchant namun lebih spesifik isinya hanya menjual produk RELX, mulai dari pods, sevice, dan juga aksesoris RELX lainnya, selain itu website ini juga menyediakan sistem self pickup yaitu jika customer berada di dekat store, customer dapat memesan produk terlebih dahulu lalu bisa diambilsendiri di store, sistem ini bisa digunakan untuk customer yang takut kehabisan stock jadi mereka bisa pesan dulu lalu diambil nanti. Link yang telah dibagikan oleh *Store specialist* melalui daily broadcast sosial media whatsapp akan mengarah ke website, yaitu ESB order. Customer dapat order melalui website ini jika *Store specialist* ada kendala seperti toko terlalu ramai sehingga tidak bisa merespon chat customer. *Store Specialist* RELX juga kerap kali mengirimkan *Greeting Message* pada whatsapp adalah pesan sambutan atau pesan terimakasih yang dikirimkan secara otomatis ke kontak yang baru bergabung, di whatsapp, bisa juga pesan ini dipakai untuk mengapreasi customer karena mereka telah membeli produk dari suatu *brand*. *Greeting message* dipakai beberapa perusahaan untuk mengirim pesan otomatis kepada customer, ketika SPG tidak berada ditempat, atau SPG sedang slow respon, *greeting message* juga bisa digunakan untuk memberi ucapan terimakasih kepada customer.

RELX Store Pakuwon Golf juga mempunyai template untuk mengirimkan greeting message kepada customer baru, tujuan merekamelakukan ini adalah untuk mendapatkan data customer baru seperti nomor hp, dan email. Setiap ada pembelian dengan menggunakan member baru *Store speciallist* akan meminta nomor member tersebut karena member itu berisikan nomor hp customer, jika sudah *Store specialist* akan menyimpan nomor tersebut lalu mengirimkan broadcast message itu kepada customer baru. RELX Store Pakuwon Golf memilih strategi komunikasi pemasarandengan mengirimkan greeting message karena cara ini ampuh untuk menarik data customer, seperti nomor whatsapp customer, jadi Store Speciallist akan meminta nomor member customer yang berisikan nomor whatsapp, lalu nomor whatsapp customer tersebut akan disimpan ulang oleh Store Specialist, hasil analisis

ini sesuai dengan teori model komunikasi Harold Laswell yang bersifat linier atau satu arah, artinya hanya komunikator yang aktif menyampaikan pesan, sementara komunikan digambarkan hanya menerima pesan dari komunikator, tanpa memberikan umpan balik.

Penutup

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa RELX Store Pakuwon Golf menerapkan komunikasi pemasaran direct marketing. Mereka menggunakan penjualan langsung dengan melakukan lima hal di dalamnya yaitu. mengutamakan hubungan pelanggan, RELX mengutamakan hubungan dengan menawarkan keanggotaan. dengan kupon promosi yang dapat Anda gunakan untuk pembelian berikutnya. Setelah mengutamakan hubungan antar pelanggan, RELX juga memiliki database yang berisi informasi pribadi pelanggan seperti nomor telepon dan email, yang memudahkan komunikasi RELX dengan pelanggan, dan juga memberikan layanan terbaik melalui media sosial Instagram dan WhatsApp RELX. Dari sisi customer, *store specialist* harus kompeten dalam menjelaskan produk yang mereka pasarkan, hal ini mendukung poin 1 dan 2, agar terjalin komunikasi yang baik antara customer dengan perusahaan RELX, *product knowledge* juga membantu customer ketika mereka menginginkannya. Ketahui kelebihan dan kekurangan produk RELX.

Penyesuaian lingkungan penjualan juga membantu untuk menentukan target pasar. Penyesuaian ini juga berlaku di offline maupun online. Contoh online yang diterapkan oleh RELX adalah membuat promo ketika hari hari besar seperti Chinese New Year, Natalan, Idul Fitri. Untuk offline juga RELX menyediakan bundling promo, *Store speciallist* juga harus membangun hubungan baik dengan customer dengan cara rajin mem follow up customer melalui chat di Instagram & Whatsapp. Dapat disimpulkan bahwa RELX menerapkan strategi komunikasi pemasaran *direct selling* karena mempunyai alasan salah satunya jika offline untuk menyesuaikan keadaan sekitar toko dan juga dapat membantu meningkatkan penjualan toko karena traffic sekitar toko tidak begitu ramai, karena player yang datang itu itu saja.

Saran

Menurut penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti mendapat kesimpulan beberapa pesan dan poin yang dapat dijadikan sebagai saran untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan penelitian ini sebagai acuan. Berikut merupakan saran yang didapat oleh peneliti antara lain :

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk penelitian kualitatif dengan tema serupa pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, serta dapat juga dijadikan referensi pada kajian-kajian selanjutnya sehingga penelitian yang dilakukan setelahnya menjadi lebih kritis lagi dalam membuat sebuah kajian penelitian mengenai pemaknaan dari tema yang telah diteliti ini.
2. Saran bagi peneliti selanjutnya adalah diharapkan peneliti yang akan menggunakan metode yang sama seperti ini lebih dalam saat mencari narasumber untuk diwawancarai, Juga peneliti selanjutnya diharapkan membuat pertanyaan yang lebih meluas dan mendalam sehingga data yang akan dikumpulkan menjadi lebih lengkap serta lebih mudah dalam mengetahui strategi pemasaran pada RELX Store ataupun toko online lain yang menjadi objek penelitian yang akan dijalankan.

Daftar Pustaka

- Abian, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital EmmhSnack Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Disertasi*.
- Lestariolita, V. (2022). Literature Review: Peran Sosial Media Terhadap Perkembangan Strategi Komunikasi Pemasaran Produk. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 412-416.
- Rahman, I. &. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Melalui Media Sosial Instagram. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 214-224.
- Rusanti, N. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sbydesain Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Melalui Media Instagram . *Jurnal Disertasi*.
- Saputra, K. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. ARTALAPAN STRATEGI LOGISTIK DALAM MENGANGGAPI PENURUNAN EKSPOR/IMPORT DI MASA PANDEMI COVID-. *Jurnal Disertasi* .
- Sarastuti, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 71-90.