

ABSTRAK

Jackstorm Tactical Store salah satu perusahaan peralatan militer di Yogyakarta. Toko ini dulu sebagai pioneer perusahaan yang menyediakan peralatan militer dari luar negeri dan kebutuhan airsoft serta outdoor. Toko ini awalnya berada di Jalan Moses Gatot Kaca Nomer 12 , kemudian berpindah ke Jalan Demangan Baru Nomer 10 Yogyakarta. Awal buming perusahaan ini berlogo petir dengan gambar prajurit Navy Seal Devgru Member , Kemudian di awal 2015 berubah menjadi logo yang lebih simple dan mudah diingat. Sebagai perusahaan gears tactical yang sedang naik daun , rebranding dilakukan jackstorm agar pembeli lebih ingat dan secara tidak langsung tertanam dibenak konsumen. Penelitian ini berbentuk penelitian kualitatif. Dengan menggunakan metode diskriptif peneliti akan memahami secara mendetail tentang object yang di telitinya. Proses rebranding Jackstorm ini diteliti dengan menggunakan teori penyusunan tindakan oleh John Grene. Dalam penyusunan tindakan terdapat pengetahuan struktural. Yang berikutnya akan akan membuahkan hasil berupa rekaman struktural. Yang selanjutnya kumpulan kelompok Tindakan ini menjadi unit rebranding. Proses Rebranding yang dilakukan melewati beberapa tahap yaitu membuat dasar fundamental perusahaan baru, repositioning , membenahi jalur komunikasi dan yang terakhir pricing serta menentukan template iklan baru. Proses-proses ini saling berkaitan untuk mencapai *goals* Jackstorm Tactical sebagai *top of mind* dan memperoleh pembeli dari kalangan aparaturnegara. Hasil dari rebranding ini adalah kenaikan tajam keuntungan tahunan Jackstorm. Dari yang awalnya 150 juta perbulan menjadi 600 – 800 juta perbulan. Kalau dihitung perhari berarti rata penjualan kotornya 23 juta. Petahun pendapatan kotornya kurang lebih 8.4 M. Selain itu Jackstorm berhasil menjadi top of mind terbukti dari banyaknya yang mengetahui perusahaan ini lewat iklan Instagram. Hal ini terbukti juga dengan hasil dari wawancara yang dilakukan yang semua respondennya mengetahui benar perusahaan Jackstorm.

ABSTRACT

Jackstorm Tactical Store is a military equipment company in Yogyakarta. This shop used to be a pioneer company that provided military equipment from abroad and airsoft and outdoor needs. This shop was originally located on Jalan Moses Gatot Kaca Number 12, then moved to Jalan Demangan Baru Number 10 Yogyakarta. At the beginning of this earth, there was a lightning logo with a picture of a Navy Seal Devgru Member soldier, then in early 2015 it changed to a more simple and memorable logo. As a tactical gears company that is on the rise, rebranding is carried out by jackstorms so that buyers will remember them more and are indirectly embedded in the minds of consumers. This research is in the form of a qualitative research. By using the descriptive method, the researcher will understand in detail about the object being studied. The Jackstorm rebranding process was investigated using the theory of action planning by John Grene. In the preparation of actions there is structural knowledge. The latter will result in a structural record. The next collection of these Action groups becomes the rebranding unit. The rebranding process is carried out through several stages, namely making the fundamental basis for a new company, repositioning, fixing communication lines and finally pricing and determining new advertising templates. These processes are interrelated to achieve Jackstorm Tactical's goals as top of mind and get buyers from the state apparatus. The result of this rebranding was a sharp increase in Jackstorm's annual profits. From the initial 150 million per month to 600-800 million per month. If calculated per day means the average gross sales of 23 million. Annual gross income is approximately 8.4 billion. In addition, Jackstorm has managed to become a top of mind, as evidenced by the fact that many people know about it through Instagram ads. This is also proven by the results of interviews conducted where all of the respondents know the Jackstorm company well.