

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Neo Ahmad Al-KhuzaiFi Rangga Mori

1310411174

Strategi marketing communication dalam melakukan rebranding PT. Indosat menjadi PT. Indosat Ooredoo (Studi Pada Konsep Above The Line)

(vi+ 65 halaman + 11 gambar + daftar pustaka (23 buku) + 3 sumber lain + 4 situs + lampiran)

ABSTRAK

Latar Belakang Penelitian Berawal dari akuisisi PT Indosat oleh Qtell. PT. Indosat kemudian mengubah identitasnya / melakukan rebranding menjadi PT. Indosat Ooredoo dan menyampaikan identitas barunya kepada publik. Dalam publikasi identitas barunya PT. Indosat Ooredoo masih dalam proses untuk dapat diterima publik secara menyeluruh. **Tujuan** Menggambarkan dan membahas lebih dalam proses kegiatan *rebranding* PT. Indosat Ooredoo dengan konsep *Above The Line (ATL)*. **Teori**, *Public Relations*, Fungsi *Public Relations*, Kegiatan *Public Relations*, Strategi *Public Relations*, *Marketing Public Relations*, *Rebranding*, *Public Relation Dalam Rebranding*, *Tipe Rebranding*, *Konsep ATL*, *Konsep BTL*. **Metode**, pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam dan observasi, teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan riangulasi teori. **Hasil Penelitian** diperoleh bahwa tujuan kegiatan *Rebranding* PT. Indosat Ooredoo untuk menyampaikan identitas baru kepada publik. Kegiatan ini sudah baik, pesan dan komunikasi yang diinformasikan sampai dengan baik kepada publik. **Kesimpulan** kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat identitas baru PT. Indosat. Kegiatan ini dilaksanakan melalui proses perencanaan konsep publikasi khususnya dengan menggunakan konsep *Above The line*, pemilihan media agency untuk implementasi dan monitoring.. **Saran** menjalankan strategi rebranding secara konsisten, inovasi baru dalam membuat materi publikasi pada semua media, Memberikan konsistensi pelayanan sesuai dengan apa yang di kampanyekan.

Kata Kunci : *Rebranding*, PT Indosat Ooredoo, *Above The Line*

**UNIVERSITY OF PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FACULTY OF POLITICAL AND SOCIAL SCIENCE STUDY
PROGRAM OF COMMUNICATION SCIENCE**

Neo Ahmad Al-Khuzaiji Rangga Mori

1310411174

Marketing communication strategy in rebranding PT. PT Indosat becomes. Indosat Ooredoo (Study on Concepts of Above The Line)

(Vi + 65 pages + 11 pictures + bibliography (23 books) + 3 other sources + 4 + attachment sites)

ABSTRAC

The Background Research, Starting from the acquisition of PT Indosat by Qtell. PT. Indosat then change the identity / rebranding into PT. Indosat and deliver their new identity to the public. In the publication of their new identity, PT. Indosat Ooredoo still in the process to be accepted by the public as a whole. **The purpose**, describe and discuss in depth about a process of rebranding PT. Indosat Ooredoo with the concept of Above The Line (ATL). **The theory**, used a Communications, Public Relations, The Function of Public Relations, Public Relations Activities, Strategy of Public Relations, Marketing Public Relations, Rebranding, Public Relation In Rebranding, Type Of Rebranding, Above The Line Concept, Below The Line Concept. **The method**, used research qualitative approach, research type is descriptive, the technique of collecting data with indepth interview and study of documentation, the technique of validity data using triangulation data and triangulation theory.. **Research result**, the purpose of the Rebranding activities PT. Indosat Ooredoo to deliver a new identity to the public. This activity has been good, messages and communications that are informed up properly to the public. **Conclusion**, The activity aims to strengthen the identity of the new PT. Indosat. These activities are carried out through the planning process in particular publication concept using the concept of Above The line, the selection of media agency for the implementation and monitoring. **Advice**, Suggestions run the rebranding strategy consistently, always make a new innovation in creating publicity materials in all media, Provide consistency of service in accordance with what is promoted.

Key Word : Rebranding, PT Indosat Ooredoo, Above The Line