

AKTIFITAS *REBRANDING* PR DALAM PERUSAHAAN ELITE MARKETER UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

Ria Nadira Pratiwi

Abstrak

Penelitian dilakukan karena ini ingin melihat apakah aktifitas *rebranding* yang dilakukan oleh *public relations* perusahaan ELITE MARKETER dapat membangun *brand awareness* yang diharapkan atau tidak. Bagaimana publik dan konsumen ELITE MARKETER mengetahui perubahan nama dan perubahan bisnis yang dilakukan oleh Digital Marketer Indonesia (DMID) menjadi Elite Marketer (EM). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana PR EM melakukan aktifitas *rebranding* dalam menciptakan *brand awareness* dan apakah sudah optimal dalam prosesnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam (*interview in-depth*) dan observasi secara langsung ke kantor EM. Hasil penelitian menunjukkan *rebranding* perusahaan belum sesuai dengan ekspektasi dari *key informant*. Kesimpulan yang didapat adalah kegiatan *rebranding* terhambat oleh permasalahan finansial dan saran yang bisa penulis berikan adalah perlu adanya *planning* atau perencanaan yang lebih matang lagi.

Kata kunci : Komunikasi, *Rebranding*, dan *Brand awareness*

REBRANDING ACTIVITIES PR IN ELITE MARKETER COMPANIES TO BUILD BRAND AWARENESS

Ria Nadira Pratiwi

Abstract

The research was conducted because it wanted to see whether the rebranding activities carried out by the public relations company ELITE MARKETER could build the expected brand awareness or not. How the public and consumers of ELITE MARKETER know about the change of name and business changes made by Digital Marketer Indonesia (DMID) to Elite Marketer (EM). The purpose of this study is to find out how EM conducts rebranding activities in creating brand awareness and whether it is optimal in the process. Data collection techniques used were in-depth interviews (in-depth interviews) and direct observation to the EM office. The results showed the company's rebranding was not in accordance with the expectations of key informants. The conclusion obtained is that rebranding activities are hampered by financial problems and the advice I can give is the need for more mature planning.

Keywords : *Communication, Rebranding, and Brand awareness*