



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication and Advertising*
Linggar Ramadhitya
44311120101

Aktivitas Rebranding MNC Food & Travel dalam upaya Meningkatkan Brand Awareness MNC Food & Travel.

Jumlah halaman : x + 70 + lampiran

Bibliografi : 27 Acuan, 1991 - 2013

ABSTRAK

MNC Channels yang memiliki banyak channels yang bervariasi, dengan konten program yang sesuai dengan target audience nya menjadi salah satu channels TV berbayar terlengkap di Indonesia, khususnya MNC Food & Travel yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini. MNC Food & Travel yang berusaha meningkatkan Brand Awareness melalui Aktivitas Rebranding .

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Aktivitas Rebranding MNC Food & Travel sebagai upaya meningkatkan brand awareness, dengan tujuan MNC Food & Travel dapat lebih dikenal oleh masyarakat, dan dapat menambahkan jumlah viewers, mengacu pada landasan teori rebranding yang ada didalam jurnal Brand Management Laurent Muzellec, Helen Stuart, Corporate Makeover : Can a Hyena be Rebranded?, yang menyebutkan Proses rebranding terdiri atas dua tipe, tipe pertama adalah apabila dalam proses rebranding terjadi penggantian merek yang sudah mapan dengan merek yang baru, sedangkan tipe kedua adalah apabila dalam proses rebranding terjadi suatu modifikasi dari merek yang sudah mapan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai Rebranding aktivitas, yang dilakukan oleh MNC Food & Travel pada acara Battle Royal 8 th Anniversary MNC Channels, yang berupaya untuk meningkatkan Brand Awareness MNC Food & Travel, seperti indentifikasi masalah, alasan melakukan rebranding, implementasi dan monitoring pelaksanaan, hingga tahap evaluasi akhir setelah melakukan aktivitas rebranding. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai peran aktivitas rebranding untuk meningkatkan Brand Awareness MNC Food & Travel.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa MNC channels berhasil meningkatkan brand awareness dari MNC food & travel, terbukti dengan naiknya peringkat MNC food & travel pada riset yang dilakukan oleh lembaga riset Nielsen pada bulan Mei 2014 (sebelum dilakukan aktivitas rebranding) dan pada bulan Agustus 2014 (setelah diadakan aktivitas rebranding).