



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Suryo Brahmantyo

NIM. 44308110018

Strategi *Repositioning* & *Rebranding* Holycow! Steakhouse by Chef Afit Tahun 2012
(75 hlm, 3 lampiran)

14 buku, 12 jurnal (1994 – 2006)

ABSTRAK

Pada tahapan tertentu, demi eksistensinya, sebuah *brand* harus beradaptasi menyesuaikan dengan kondisi. Baik kondisi eksternal dari target pasar, maupun kondisi di dalam tubuh perusahaan. Tidak jarang, untuk mencapai target tertentu sejumlah strategi dibentuk oleh perusahaan, di antaranya dengan melakukan perubahan konsep *brand* mencapai posisi baru di benak konsumen. Metode inilah yang dipilih Holycow! Steakhouse by Chef Afit setelah mengalami perpecahan dalam tubuh perusahaan dan memutuskan untuk memisahkan usaha. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang ditempuh oleh Holycow! Steakhouse by Chef Afit dalam rangka mempertahankan konsumen yang sebelumnya sudah terbentuk.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang berhubungan dengan proses manajemen strategi *branding*, yaitu mengenai identifikasi, perencanaan dan implementasi program pemasaran, pengukuran hingga pemeliharaan dan penumbuhan ekuitas merek, serta menganalisa hal-hal apa saja yang menjadi pendukung proses *branding* ulang oleh Holycow! Steakhouse by Chef Afit.

Penelitian ini disajikan secara deskriptif, dengan memberikan gambaran tentang fenomena-fenomena yang bersinggungan dengan objek penelitian dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan, terjun langsung ke dalam proses *rebranding* dan *repositioning*, wawancara narasumber serta pencatatan informasi yang kemudian diolah menjadi data dan dokumen-dokumen pendukung yang diperoleh dari subjek penelitian serta melalui studi kepustakaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *repositioning* dan *rebranding* oleh Holycow! Steakhouse by Chef Afit dianggap berhasil setelah dengan cermat mengelola komunikasi dengan pelanggan dan dijalankan pada saat waktu yang tepat. Dalam implementasinya, warung *steak* wagyu meriah ini begitu menghargai para pelangganya dengan melibatkannya ke dalam proses transformasi yang dijalankan oleh pihak perusahaan.