



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*

Syahril Datau

44317110101

Strategi Promosi rebranding 88,4 Global Radio Jakarta dari dewasa muda menjadi anak muda

Jumlah Halaman: 5 Bab 80 hal + 2 Lampiran + 15 Buku + 1 Internet

Bibliografi : 15 acuan, Tahun 2010-2017

### **ABSTRAK**

Global radio Jakarta melakukan Rebranding, hal ini dilakukan dengan adanya perubahan dari segi internal yaitu perubahan di manajemen, rebranding yang dilakukan Global radio dengan tujuan tetap eksis di kalangan industry media radio dan competitor. Tujuannya ialah mengetahui apa saja strategi rebranding yang dilakukan oleh Global radio Jakarta.

Peneliti menggunakan Konsep mengenai strategi dan elemen elemen rebranding yang dikemukakan oleh Juntunen, Salla dan Ritta. Penggunaan konsep mengenai sejauh mana Global radio Jakarta melakukan rebranding. Tahapan tahapan tersebut juga adana factor yang mempengaruhi Global radio Jakarta dalam rebranding.

Metodelogi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penggunaan metodelogi ini dikarenakan ingin mengetahui secara lebih mendalam mengenai objek yang di teliti. Lalu juga mempelajari dan menyelidiki dari suatu fenomena yang terjadi. Hal ini dilakukan dengan melihat apa saja yang terkait rebranding di Global radio Jakarta.

Rebranding Global radio Jakarta sendiri sudah melalui tahapan tahapan dari segi evaluasi, perencanaan, dan implementasi. 3 cakupan hal tersebut dilakukan sudah berjalan sampai tahap implementasi yang terus dilakukan agar Image Global radio Jakarta semakin baik dan mendapatkan banyak pengiklan dan juga pendengar.

Kata Kunci: Radio, Rebranding, evaluasi.



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*

Syahril Datau

44317110101

Strategi Promosi rebranding 88,4 Global Radio Jakarta dari dewasa muda menjadi anak muda

Pages : 5 Bab 80 hal + 2 Lampiran + 15 Buku + 1 Internet

Bibliografi : 23 acuan, Tahun 2010-2017

### **ABSTRACT**

Global radio on thursday conducted rebranding, this is done by changes in terms of internal namely change in management, rebranding conducted global radio with fixed purpose exist among the media radio industry and competitor. The goal is knows what rebranding strategy undertaken by global radio. Jakarta

Researchers used a concept of the strategy and elements of rebranding as suggested by Juntinnen Salla and Ritta. Using a concept of the extent of global radio on thursday conducted rebranding. The steps also adana factor affecting global radio Jakarta in rebranding.

Methodology used in this research is a case study. The use of this methodology due to want to know in greater depth about the object that in meticulous. And also study and investigate of a phenomenon that occurs. This is done by looking at anything related to global radio. rebranding in Jakarta

Rebranding Jakarta Global Radio has been through the stage in terms of evaluation, ,planning and the implementation of.3 coverage is running until it is the implementation phase that is done to make image global radio Jakarta is getting better and get a lot of advertisers and audience.

Keywords: radio , rebranding , evaluation .