

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Susiana Indrianti

Strategi *Rebranding* Rumah Makan Chili Chicken Fruitly Menjadi Mr. Cobek Bulan Januari-Juli Tahun 2018

Tahun 2018

Tahun Skripsi : 2018 + 100 halaman + 24 halaman lampiran

Daftar Pustaka : 20 buku + 1 skripsi + 3 jurnal + 1 sumber internet + 5 wawancara

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *rebranding* yang dilakukan oleh pihak Mr. Cobek. *Rebranding* dilakukan karena melihat dari berbagai aspek yang membuat Chili Chicken Fruitly harus berganti nama menjadi Mr. Cobek, yaitu dari pola konsumsi masyarakat yang lebih memilih mengunjungi rumah makan harian, tidak tercapainya target pasar, banyak orang yang belum *aware* dan masalah tempat yang kurang sesuai. Dari berbagai aspek permasalahan tersebut maka Chili Chicken Fruitly melakukan *rebranding* dengan mengusung nama, tema, tempat, dan konsep yang berbeda dari sebelumnya menjadi Mr. Cobek.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, karena peneliti mengumpulkan informasi mengenai suatu gejala yang dipaparkan seperti apa adanya pada saat penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi, sedangkan untuk informan penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Objek penelitian ini adalah Mr. Cobek yang berlokasi di Jl. Gambiran, Pandeyan, Umbulharjo, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hasil penelitian ini menemukan strategi *rebranding* yang dilakukan oleh Mr. Cobek dengan merancang dan membentuk *brand awareness* dalam mencapai terbentuknya *brand equity*. Pembentukan *brand awareness* dilakukan dengan cara membagi menjadi dua proses sebelum sampai ke tahap *direct selling* yaitu *soft selling* dan *hard selling*.

Kata Kunci : *Brand Awareness, Brand Equity and Rebranding.*

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social Science and Political Science

Department of Communication Sciences

The concentration of Advertising

Susiana Indrianti

The Strategies Of Rebranding Restaurant Name From Chili Chicken Fruitly To Mr. Cobek In January-July 2018

Thesis Year: 2018

Thesis Year: 2018 + 100 page + 24 page attachment

References: 20 books + 1 thesis + 3 journals + 1 internet source + 5 interviews

This research aims to rebranding strategy that carried out by Mr. Cobek. Rebranding was done because of the various aspects that made Chile Chicken Fruitly have to be renamed Mr. Cobek, which is not the target market for people who are not aware of and the problem of a place that is not appropriate. From those various aspects of the problems, Chile Chicken Fruitly rebranding the name, theme, place and concept that is different from before being Mr. Cobek.

This research used descriptive qualitative method, because the researcher collects information about a phenomenon that as it was at the time of the research. This research used interview and documentation as the data collecting procedure, the researcher also used purposive sampling technique for choosing the informants. the research setting of this study is Mr. Cobek located on Jl. Gambiran, Pandeyan, Umbulharjo, Special Region of Yogyakarta.

The findings of this research that the strategies of rebranding that done by Mr. Cobek by designing and create brand awareness to achieve the formation of brand equity. Creating brand awareness is done by dividing into two processes before reaching the direct selling step that namely soft selling and hard selling.

Keywords: Brand Awareness, Brand Equity and Rebranding.