

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Yuli Kurniawan

Strategi *Rebranding* Rischoco Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada Tahun 2016 – 2018

Tahun Skripsi : 2019 + 88 halaman + 31 Gambar + 2 Tabel

Daftar Pustaka : 9 buku + 10 jurnal

Perkembangan dunia kreatif di Indonesia khususnya Yogyakarta semakin berkembang pesat. Salah satu industri kreatif yang sangat berkembang adalah bidang kuliner. Salah satunya adalah Rischoco. Rischoco adalah *brand* makanan yang menyajikan risoles dan camilan kekinian dengan aneka macam rasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi *rebranding* yang dilakukan oleh Rischoco untuk meningkatkan *brand awareness*.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, peneliti mengumpulkan informasi mengenai suatu gejala dengan melakukan wawancara, dokumentasi, dan data pendukung yang disampaikan pada saat melakukan penelitian. Sedangkan untuk informan penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi *rebranding* yang dilakukan oleh Rischoco dalam meningkatkan *brand awareness* kepada masyarakat. Strategi yang digunakan adalah dengan cara *soft selling* untuk program *give away* dan *hard selling* untuk program promo yang dilakukan oleh Rischoco. Selain itu perubahan *brand identity* yang dilakukan Rischoco juga memberi dampak dengan ditandai meningkatnya penjualan.

Kata Kunci : Strategi *Rebranding*, *Brand Awareness*, *Branding*.

ABSTRACT

*Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Faculty of Social Science and Political Science
Department of Communication Sciences
The concentration of Advertising*

Yuli Kurniawan

The Strategies Of Rischocos Rebranding In Increasing Brand Awareness in 2016-2018

Thesis Year: 2019 + 88 page + 31 picture + 2 table

References: 9books + 10 journals

The development of the creative world in Indonesia, especially Yogyakarta, is growing. One highly developed creative industry is the culinary field. One of them is Rischoco. Rischoco is a food brand that serves risoles and snacks with a variety of flavors. This research tries to study and describe how the rebranding strategy carried out by Rischoco to increase brand awareness.

This research uses descriptive qualitative method, the researcher collects information about the facts by interviews, documentation, and supporting data that are submitted when conducting research. As for the research informants using purposive sampling techniques.

The results of this study indicate the rebranding strategy undertaken by Rischoco in increasing brand awareness to the community. The strategy used is to sell soft for programs and sell hard for program promos conducted by Rischoco. In addition, the brand identity change made by Rischoco also had an impact marked by sales.

Keyword : Rebranding Strategy, Brand Awareness, Branding.