Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

REBRANDING BKKBN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN CITRA DI KALANGAN MILENIAL

Dyaz Ayu Arumtika

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75218&lokasi=lokal>

Abstrak

Rebranding adalah sebuah upaya sebuah organisasi yang bertujuan untuk membangun eksistensinya kembali, meningkatkan citranya, memperbarui identitas menjadi lebih baik. Perubahan zaman di era millenium ini menghasilkan keputusan BKKBN untuk melakukan corporate rebranding. BKKBN telah melakukan rebranding secara evolusioner dimulai pada tahun 2017 dan secara revolusioner dimulai pada bulan Juli 2019. Tujuan peneliti pada penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana rebranding yang dilakukan BKKBN sebagai upaya meningkatkan citra di kalangan milenial dan bagaimana manajemen Humas seperti perencanaan, pelaksanaan, monitoring & evaluasi pada rebranding BKKBN.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan jenis penelitian deskriptif. Peneliti menggunakan teori kampanye Humas yang membahas tentang penyampaian pesan-pesan yang dirancang secara strategis. Metode penelitian ini adalah metode studi kasus dengan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan yang dilakukan BKKBN adalah pembaruan target audiens, cara pendekatan komunikasi, simbol-simbol seperti logo, tagline, jingle, aransemen mars KB baru hingga perubahan pada internal BKKBN. Manajemen Humas pada rebranding BKKBN telah mencapai tahapan monitoring. BKKBN melakukan publikasi terkait rebranding yang dilakukan menggunakan saluran komunikasi baik above the line dan below the line, bekerja sama dengan public figure serta melakukan sosialisasi kepada stakeholder maupun ke lapangan.