

ABSTRAK

Erfinna Ardia Malahayati: *Rebranding* Bandung Makuta Melalui Media Sosial Instagram (Studi pada Akun Media Sosial Instagram @bandungmakuta)

Bisnis kuliner menjadi bidang usaha yang memiliki perputaran *trend* sangat cepat dengan tingkat kompetitif yang tinggi. Perkembangan pesat pada bisnis kuliner menjadi ancaman yang serius, karena munculnya banyak kompetitor baru dapat mengancam posisi sebuah perusahaan. Bandung makuta melakukan upaya penguatan posisi perusahaan melalui program *rebranding*. Upaya tersebut dilaksanakan melalui peluncuran produk baru dan dilakukan melalui media Instagram, hal tersebut dianggap dapat mendukung efektivitas *rebranding* yang dilakukan karena Internet dapat memudahkan penyampaian informasi dengan cakupan yang luas dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses kegiatan *rebranding* yang dilakukan melalui Instagram dengan menggunakan Empat unsur *rebranding* yang dikemukakan oleh Muzellec dan Lambkin yaitu: 1) *renaming* (perubahan nama) 2) *repositioning* (perubahan posisi) 3) *redesigning* (perubahan desain) dan 4) *relaunching* (pengenalan produk).

Teori yang digunakan adalah teori *rebranding* yang digagas oleh Muzellec dan Lambkin yang menyebutkan bahwa *rebranding* dilakukan sebagai upaya perusahaan untuk memperbaharui elemen-elemen perusahaan yang dilakukan melalui beberapa tahap seperti: *renaming*, *repositioning*, *redesigning*, dan *relaunching*.

Metode dalam penelitian ini adalah metode studi kasus yang merupakan metode yang dilakukan untuk mencari kebenaran dan pengetahuan guna meneliti fenomena atau peristiwa di kehidupan nyata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *rebranding* yang dilakukan bandung makuta mampu membuat segmentasi baru melalui diversifikasi produk. Kegiatan *rebranding* yang dilakukan secara keseluruhan sudah berjalan dengan efektif, hanya saja dalam unsur *redesigning* atau perubahan desain pada pengemasan konten instagramnya, dirasa kurang menarik. *Relaunching* produk baru bandung makuta juga dianggap kurang maksimal dan terkesan monoton.

Kata Kunci: *Rebranding, Online Public Relations, Digital Marketing, Instagram*

ABSTRACT

Erfinna Ardia Malahayati: *Rebranding Bandung Makuta through sosial media Instagram (study at sosial media Instagram accounts @bandungmakuta)*

The culinary business is a business field that has a very fast trend turnover with a high competitive level. The rapid development of the culinary business is a serious threat, because the emergence of many new competitors can threaten the position of a company. Bandung makuta made efforts to strengthen the company's position through a rebranding program. These efforts are carried out through the launch of new products and carried out through Instagram media, it is considered to be able to support the effectiveness of the rebranding carried out because the Internet can facilitate the delivery of information with a wide scope and not limited by space and time.

The purpose of this study was to determine the process of rebranding activities carried out through Instagram using the four elements of rebranding proposed by Muzellec and Lambkin, namely: 1) renaming (name change) 2) repositioning (change of position) 3) redesigning (design change) and 4) relaunching (product introduction).

The theory used is the rebranding theory initiated by Muzellec and Lambkin which states that rebranding is carried out as a company's effort to renew company elements which is carried out through several stages such as: renaming, repositioning, redesigning, and relaunching.

The results showed that the rebranding carried out by Bandung Makuta was able to create a new segmentation through product diversification. The rebranding activities carried out as a whole have been running effectively, it's just that in terms of redesigning or changing the design of the Instagram content packaging, it feels less attractive. The relaunching of new products from Bandung Makuta is also considered less than optimal and seems monotonous.

Keywords: *Rebranding, Online Public Relations, Digital Marketing, Instagram*