

¹UNIVERSITAS ESA UNGGUL, JAKARTA

²UNIVERSITAS ESA UNGGUL, JAKARTA

[¹pondrapurnawan8@gmail.com](mailto:pondrapurnawan8@gmail.com)

[²euis.nurul@esaunggul.ac.id](mailto:euis.nurul@esaunggul.ac.id)

ABSTRACT

This study aims to determine the improvement of the image of basketball at the Hangtuh club rebranding with the Amarta as a financial technology company. Based on the past few years the Hangtuh club routinely underwent rebranding to his team, so here researchers are interested in why Hangtuh who routinely renames but still carries his trademark in the form of the island of South Sumatra in the name of his team and at the end of 2019 Hangtuh changed the name while removing the distinctive characteristics that has been attached to the team. The researcher used fans as a resource in the in-depth interview process because here the researcher wanted to find out what was seen after Amarta replaced the characteristics of the basketball club. This study uses qualitative by using in-depth interviews as information gathering, and using documents and other supporting data. It can be said that this study cannot be measured using quantitative because the researcher uses the Hangtuh player's perception as a key issue, because this research does not look for how many answers but the data obtained is directly related to the subject matter.

Keywords: Image Enhancement, Hangtuh, Rebranding, Basketball.

**PERAN *REBRANDING* DALAM MENINGKATKAN CITRA
AMARTHA HANGTUAH DI MATA PENGGEMAR BOLA
BASKET WILAYAH JAKARTA**

¹Pondra Purnawan dan ²Eusi Nurul Euis Bahriyah

¹UNIVERSITAS ESA UNGGUL, JAKARTA

²UNIVERSITAS ESA UNGGUL, JAKARTA

pondrapurnawan8@gmail.com

euis.nurul@esaunggul.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan citra bola basket di klub Hangtuh yang melakukan *rebranding* dengan perusahaan fintek Amartha. Dilatarbelakangi dari beberapa tahun kebelakang klub Hangtuh rutin dalam menjalani *rebranding* kepada timnya, sehingga disini peneliti tertarik mengapa Hangtuh yang rutin mengganti nama akan tetapi masih membawa ciri khasnya berupa pulau Sumatera Selatan di nama timnya dan pada akhir tahun 2019 Hangtuh mengganti nama sekaligus menghilangkan ciri khas yang telah melekat dari tim tersebut. Peneliti menggunakan penggemar sebagai narasumber dalam proses wawancara mendalam dikarenakan disini peneliti ingin mengetahui apa yang di lihat setelah Amartha menggantikan posisi dari ciri khas klub bola basket tersebut. Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam sebagai pengumpulan informasi, serta menggunakan dokumen dan data pendukung lainnya. Dapat dikatakan penelitian ini tidak bisa diukur dengan menggunakan kuantitatif karena peneliti menggunakan persepsi pemain Hangtuh sebagai kunci persoalan, sebab penelitian ini tidak mencari seberapa banyak jawaban melainkan data yang diperoleh berkaitan langsung dengan pokok permasalahan.

Kata Kunci: Peningkatan Citra, Hangtuh, *Rebranding*, Bola Basket.