

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa saja strategi *rebranding* Kompas Gramedia Majalah menjadi Grid Network. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu hal yang kemudian diklasifikasikan sehingga dapat diambil satu kesimpulan. Subyek Penelitian ini adalah Dahlan Dahi, Harry Kristianto, dan Sabrina Alisa. Adapun langkah-langkah dalam strategi rebranding Kompas Gramedia Majalah menjadi Grid Network berfokus kepada 4 aspek, yaitu *Analysing, Planning, Implementation* dan *Evaluation*.

Hasil penelitian strategi *rebranding* Kompas Gramedia Majalah menjadi Grid Network telah berjalan cukup baik sesuai dengan perencanaan yang ada dengan menerapkan 4 aspek tersebut. Strategi *rebranding* yang dilakukan ialah dengan memanfaatkan strategi komunikasi kepada publik internal dan eskternal mereka, khususnya untuk publik eskternal mereka dengan memanfaatkan media sosial Instagram dan website sebagai pengantar brand image baru mereka kepada khalayak luas, selain itu terdapat juga divisi khusus yang menglola sosial media dan website agar implementasi *rebranding* yang dijalankan menjadi maksimal. Hambatan berarti pada strategi rebranding yang dijalankan ialah mengenai SDM karena butuh adaptasi yang cukup rumit, sehingga mereka memerlukan SDM yang kompeten pada karakteristik mereka mengenai brand image baru yang dimiliki.

**Keyword: Public Relations, Rebranding, Strategi Rebranding**

## ABSTRACT

This research was conducted to find out what are the rebranding strategies of Kompas Gramedia Magazine into Grid Network. This research method uses descriptive qualitative research methods to describe or explain a matter which is then classified so that a conclusion can be drawn. The subjects of this research are Dahlan Dahi, Harry Kristianto, and Sabrina Alisa. The steps in the rebranding strategy of Kompas Gramedia Magazine into Grid Network focus on 4 aspects, *Analysing, Planning, Implementation* dan *Evaluation*.

The results of the research on the rebranding strategy of Kompas Gramedia Magazine into Grid Network have been running quite well in accordance with existing plans by applying these 4 aspects.

The rebranding strategy carried out is to utilize communication strategies to their internal and external publics, especially for their external publics by utilizing Instagram social media and websites as an introduction to their new brand image to a wide audience, besides that there are also special divisions that manage social media and websites so that the implementation of rebranding is maximized. A significant obstacle to the rebranding strategy carried out is regarding human resources because it requires a fairly complicated adaptation, so they need competent human resources on their characteristics regarding their new brand image.

**Keyword: Public Relations, Rebranding, Strategy**