

ABSTRAK

Achmad Faidi. 17.05.311.00057. Program Studi Ilmu Komunikasi. *Re-branding* Kedai SO Menjadi Cafe Joker Untuk Menarik Minat Pelanggan.

Pada saat menghadapi para kompetitornya, perusahaan dituntut untuk melakukan evaluasi terhadap keseluruhan sumber daya yang ada di perusahaan. Merosotnya omzet yang dialami oleh Kedai SO, menjadi alasan bagi pemilik *cafe* untuk melakukan *re-branding* untuk dapat merubah *brand image*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses *Re-branding* Kedai SO menjadi Cafe Joker dalam menarik minat pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ditemukan bahwa landasan dilakukannya *re-branding* Kedai SO menjadi Cafe Joker menjadi perlu untuk dilakukan sebab terjadinya perubahan kepemilikan perusahaan atau tempat yang mengharuskan pemilik mengganti nama perusahaan tersebut dari Kedai SO berganti nama menjadi Cafe Joker. Serta menurunnya minat pelanggan Kedai SO serta citra buruk yang diperoleh dari para pelanggannya, memaksa pemilik mengganti nama perusahaan tersebut dari Kedai SO berganti nama menjadi Cafe Joker. Serta menurunnya minat pelanggan Kedai SO serta citra buruk yang diperoleh dari para pelanggannya, memaksa pemilik baru untuk dapat mengubah dan memperbaiki segala hal yang menjadi kritik.

Kata Kunci: *Re-branding*, Minat Pelanggan, *Coffee Shop*

ABSTRACT

Achmad Faidi. 17.05.311.00057. *Communication Science. Re-Branding Kedai SO To Become Cafe Joker To Attract Customer Interest.*

When facing competitors, companies are required to evaluate all the resources available in the company. The decline in turnover experienced by Kedai SO is the reason for the cafe owner to carry out re-branding to change the brand image. The purpose of this research is to find out how the re-branding process of Kedai SO to Cafe Joker attracts customer interest.

The research method used is descriptive qualitative. The data collection techniques used were observation, interviews and documentation. Informants were selected using the purposive sampling method. Data analysis uses the Miles and Huberman technique which consists of data reduction, data presentation and drawing conclusions. The data validity checking technique uses source triangulation.

The research results found that the basis for re-branding Kedai SO to Cafe Joker became necessary because there was a change in ownership of the company or place which required the owner to change the name of the company from Kedai SO to Cafe Joker. As well as the decreasing interest of Kedai SO customers and the bad image it received from its customers, forcing the owner to change the name of the company from Kedai SO to Cafe Joker. As well as the decline in customer interest at Kedai SO and the bad image it received from its customers, forcing the new owner to change and improve everything that was criticized.

Key Words: *Re-branding, Customer Interest, Coffee Shop*