

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil keseluruhan penelitian, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sesuai dengan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian, adalah:

1. Pada bagian pertama faktor terjadinya *rebranding* majalah *Gadget+*

Sebuah majalah IT pada era yang semakin berkembangnya ini semakin pula mempunyai banyak pesaing yang tak terhitung. Majalah *Gadget* mengubah namanya menjadi majalah *Gadget+* karena inginnya menggabungkan 3 majalah IT yang berada dalam satu induk perusahaan agar menjadi efektifkan dan efisien. Selain itu ingin memberikan opsi kepada pembaca agar lebih variatif dalam mendapatkan informasi. Ini bertujuan untuk mencegah dan menjauhkan persaingan yang saling menjatuhkan satu sama lain. Penggabungan ini atau *merger* ini memberikan tampilan baru untuk masyarakat khususnya masyarakat kota Bandung dalam bentuk tampilan dan isi dari informasinya. Selain itu, pada saat melakukan *rebranding* terjadi pula peleburan tim sampai 90% berubah dari orang-orangnya.

2. Pada bagian kedua proses *rebranding* majalah *Gadget+*

Yang dilakukan pihak majalah *Gadget+* yaitu membentuk tim baru dengan orang-orang yang sebagian besarnya baru, pemilihan logo dan nama, lalu melakukan sosialisasi dengan para eksternal atau klien, membuat beberapa media sosial penginformasian kepada masyarakat, lalu membuat acara besar untuk

memperkenalkan kepada masyarakat bahwa adanya perubahan dari majalah *Gadget* menjadi majalah *Gadget+*. Proses inipun tidak merugikan beberapa pelanggan yang masih berlangganan majalah *Gadget+*

3. Kendala dan Solusi dalam Rebranding Majalah Gadget+

Kendala yang dihadapi dari *rebranding* ini dapat teratasi walau harus melalui proses yang panjang karena kendala yang dihadapi adalah berupa kurangnya SDM dan Finansial pada saat *rebranding* itu terjadi, dan setelah *rebranding* itu terjadi pihak majalah *Gadget+* kesulitan dalam penerimaan klien yang begitu banyak. Sehingga Pimpinan redaksi beserta Tim mempunyai solusi berupa mencari orang-orang baru yang berkompeten. Sehingga tim baru ini mempunyai ide-ide kreatif yang membuat klien semakin mendatangi dan mempercayai majalah *Gadget+* sebagai media yang terpercaya dalam hal IT yang berkonsepkan *lifestyle*. *Image* yang didapatkan semakin baik di kalangan masyarakat.

4. Model Strategi Rebranding Majalah Gadget+ dalam Membangun Citra Baru

Dari Berbagai penjelasan yang telah dikemukakan muncul model strategi dari *rebranding* majalah *gadget+*, yang dapat di jabarkan sebagai berikut:

1. Riset Pra Transformasi. (internal dan eksternal)
2. Analisis STP
3. Memutuskan Logo dan Nama
4. Memutuskan konten yang ada pada majalah
5. Mensosialisasikan kepada rekanan (klien)

6. Mensosialisasikan kepada masyarakat melalui media sosial
7. Peluncuran Majalah Terbaru
8. Evaluasi Setiap Edisinya
9. Mendapatkan Citra Baru yang positif.

Dengan strategi-strategi ini lah majalah *Gadget+* dapat membangun dan mempertahankan citra baru yang dibentuknya sehingga dapat memajukan perusahaan dalam segi apapun baik itu materi dan eksistensi di dalam masyarakat khususnya kota Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisa dan kesimpulan, maka peneliti memberikan saran, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

- a. Dalam proses *rebranding* ini dapat meningkatkan *image* suatu *brand* sudah baik dan berhasil. Akan tetapi ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk peneliti selanjutnya yang ingin membahas tentang studi kasus mengenai *rebranding* suatu perusahaan.
- b. Salah satu contohnya adalah peneliti selanjutnya harus membahas lebih mendalam bagaimana *image* suatu perusahaan di kalangan masyarakat luas, agar pembahasan mengenai *rebranding* suatu perusahaan lebih mengarah terhadap citra yang ada dimasyarakat dan dapat menyangkut pautkan dengan bidang *Public Relations*nya.

- c. Proses informasi yang diberikan oleh majalah *Gadget+* sudah sangat baik karena penggunaan kata-katanya sangat khas dan tampilannya sangat menarik. Akan tetapi ada beberapa hal yang harus diperhatikan mengenai pembahasan informasi jangan sampai menyudutkan suatu produk yang lainnya.

5.2.2 Saran Praktis

- a. Sebaiknya Majalah *Gadget+* lebih banyak lagi kegiatan khususnya dengan komunitas karena apabila hanya menggunakan media sosial akan terbatas penginformasiannya kepada masyarakat yang buta akan media sosial. Khususnya acara-acara di Kota Bandung yang dekat dengan kantor Majalah *Gadget+* itu sendiri. Semakin ditambah media sosial yang dapat mencakup lebih banyak orang agar lebih bisa dikenal masyarakat Kota Bandung khususnya.
- b. Untuk Penelitian selanjutnya yang ingin membahas mengenai *rebranding* harus lebih mendalam dari sisi citra perusahaan atau produk di mata masyarakat biasa.