

## ABSTRAK

Teknologi yang semakin berkembang membuat manusia selalu memburu informasi mengenai teknologi terbaru di Indonesia. Majalah merupakan alat komunikasi massa yang memberikan informasi yang jelas, menarik, dan mempunyai nilai berita yang cukup lama. Majalah *Gadget+* merupakan salah satu media massa berupa majalah yang selalu memberikan informasi *ter-update* dan terpercaya di Indonesia khususnya di Kota Bandung. Akan tetapi, banyaknya media massa berupa majalah yang membahas mengenai teknologi, membuat Majalah *Gadget+* ini ingin memberikan sesuatu hal yang baru kepada masyarakat atau konsumen, dan juga ingin membentuk *image* baru agar tidak dipandang sebagai majalah dewasa, melainkan menjadi sebuah majalah *Gadget+* yang dapat dikonsumsi, semua kalangan, yaitu dengan cara *rebranding*. Penelitian ini berjudul “Strategi Rebranding Majalah *Gadget+* Dalam Membangun Citra Baru”. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis memberikan rumusan sebagai berikut : “Bagaimana Strategi *Rebranding* Majalah *Gadget+* Dalam Membangun Citra Baru?”

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan terjadinya *rebranding*, proses terjadinya *rebranding*, serta untuk mengetahui kendala dan solusi *rebranding* yang dihadapi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi, studi kepustakaan, dan media internet.

Hasil penelitian ini adalah Adanya *merger* dari 3 majalah teknologi yaitu *Gadget*, *AppsStation* dan *Macworld*, sehingga *rebranding* ini dilakukan. Lalu melewati beberapa proses *rebranding* dan beberapa kendala, sehingga didapat solusi yang menghasilkan suatu model strategi dari majalah *Gadget+*, dan berujung membentuk citra baru yang baik, yaitu menjadi majalah teknologi yang dapat dijadikan referensi informasi teknologi dan dapat dikonsumsi oleh semua kalangan.

**Kata Kunci :** Majalah, *Rebranding*, Citra.

## ABSTRACT

The developing of technology makes human always hunting the information about the newest technology in Indonesia. The magazine is a communication tool of people that gives clear and interesting information and also has long enough news value. Gadget+ magazine is one of mass media that always give updated and reliable information in Indonesia especially in Bandung. However, the number of mass media a magazine, that also talk about technology makes Gadget+ magazine want to give something new to people and also want to makes new image in order to not seen as an adult magazine but seen as Gadget+ magazine that can be consumed by all of people, and the way is by rebranding. The title of this research is “Rebranding strategy of Gadget+ magazine in build new image”. Based on the background mentioned above, so the writer gives the formula as follows:” How the rebranding strategy of gadget magazine in build new image?”

The purpose of this research is to find out the reason of rebranding, the process of rebranding, and also to find out the constraints and solutions of rebranding. The method that used is qualitative by using case study approach, the technique of data collection are by in dept interviews, observation, literature study and internet media.

The result of this research is the merger of 3 technology magazine, are Gadget, AppsStation, Macworld, so this rebranding is done. And then, after passes a few process and constraints rebranding, there is a solution that produce a strategy model from gadget+ magazine, and leading build a good new image, that is the technology magazine that can be used as a reference and consumed by all of people.

**Keywords: Magazine, Rebranding, Image**