

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING
Skripsi, Maret 2023**

**Uus Khusnul Khotimah
2019140223**

PENGARUH *REBRANDING* TERHADAP *BRAND IMAGE* TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL

**(Survei Pada *Followers* Akun Instagram @Ancoltamanimpian)
(XV+ 85 Halaman, 7 Gambar, 41 Tabel, 14 Lampiran)**

ABSTRAK

Taman Impian Jaya Ancol telah kehilangan sekitar 6 juta pengunjung selama tiga tahun terakhir akibat pandemi covid-19, hal tersebut mengharuskan perusahaan untuk memikirkan strategi yang tepat untuk tetap eksis dan bertahan hidup di masa pandemi covid-19. Salah satu strategi yang dilakukan Taman Impian Jaya Ancol adalah melakukan *rebranding*. Dengan melakukan *Rebranding* perusahaan dapat mengubah citranya melalui adopsi nama atau mengubah nama yang lebih representatif dan membedakan diri dari para pesaingnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur Pengaruh *Rebranding* Terhadap *Brand Image* Taman Impian Jaya Ancol. Menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini yaitu followers akun Instagram @Ancoltamanimpian sebanyak 343 responden. Dalam pengambilan sampel menggunakan rumus slovin sehingga dihasilkan sampel sebanyak 77 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian diketahui bahwa *rebranding* yang dilakukan Taman Impian Jaya Ancol memiliki hasil koefisien korelasi nilai R sebesar 0,573 yang artinya terdapat pengaruh *Rebranding* yang cukup atau sedang terhadap *Brand Image*, sementara untuk hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0,329 yang artinya variabel X yaitu *Rebranding* mempengaruhi variabel Y *Brand Image* Taman Impian Jaya Ancol sebesar 32,9% dan sisanya 67,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung}(6,054) > t_{tabel}(1,992)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara *Rebranding* Terhadap *Brand Image* Taman Impian Jaya Ancol.

Kata Kunci : *Rebranding*, Taman Impian Jaya Ancol, *Brand Image*.

Referensi : 7 Buku + 11 Jurnal + 4 Website

Dosen Pembimbing : Jamiati KN, S.I.Kom., M.I.Kom