

***PLANNING OF CORPORATE REBRANDING PROCESS OF METRO GRAHA
JOMBANG HOUSING IN CLUSTER PREMIUM (PT. DWIJAYA PERSADA
INDAH)***

CINDY DWI RATNASARI

Manajemen/Pemasaran

Dr. Dudi Anandya S.T., M.Si., dan Christina Rahardja Honantha, S.E., M.M., CPM
(Asia)

ABSTRACT

This report was obtained from the results of fieldwork in PT. Dwijaya Persada Indah for 200 working hours. Property is one of the business sectors that is in high demand by the people of Indonesia, especially residential property. Property is valued not only as one of the primary needs but is also considered a very profitable investment. But Metro Graha's housing sales since 2017 have declined every year. The company then plans a rebranding on the Metro Graha housing complex in Jombang in order to stay afloat in the competition in the property business. Factors driving companies to rebrand are changes in competitive position and changes in corporate strategy. Metro Graha plans rebranding by making changes to the positioning, logo and slogan. Metro Graha Housing used to have a brand image as a subsidized house in Jombang, now the company wants to position its corporate image as premium housing. Rebranding planning followed by internship participants is analyzing, repositioning, renaming, restructuring and redesigning.

Keywords: re-branding, re-branding planning, corporate rebranding process

**PERENCANAAN *CORPORATE REBRANDING PROCESS* PERUMAHAN
METRO GRAHA JOMBANG PADA CLUSTER PREMIUM (PT. DWIJAYA
PERSADA INDAH)**

CINDY DWI RATNASARI

Manajemen/Pemasaran

Dr. Dudi Anandya S.T., M.Si., dan Christina Rahardja Honantha, S.E., M.M., CPM
(Asia)

INTISARI

Laporan ini diperoleh dari hasil kerja praktik lapangan di PT. Dwijaya Persada Indah selama 200 jam kerja. Properti merupakan salah satu sektor bisnis yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia, terutama properti residensial. Properti dinilai bukan hanya sebagai salah satu kebutuhan primer namun juga dianggap sebagai investasi yang sangat menguntungkan. Namun penjualan perumahan Metro Graha sejak tahun 2017 mengalami penurunan setiap tahunnya. Perusahaan kemudian melakukan perencanaan *rebranding* pada perumahan Metro Graha di Jombang supaya tetap bertahan pada persaingan bisnis properti. Faktor pendorong perusahaan melakukan *rebranding* adalah perubahan posisi kompetitif dan perubahan strategi perusahaan. Perumahan Metro Graha melakukan perencanaan *rebranding* dengan melakukan perubahan pada *positioning*, logo dan slogan. Perumahan Metro Graha dulunya memiliki citra merek sebagai rumah bersubsidi di Jombang, kini perusahaan ingin mempositioningkan citra perusahaannya sebagai perumahan premium. Perencanaan *rebranding* yang diikuti oleh peserta *internship* adalah menganalisis, mereposisi kembali, penggantian nama, penggantian struktur perusahaan, dan penggantian desain.

Kata kunci : branding ulang, perencanaan branding ulang, proses branding ulang perusahaan