

ABSTRAK

Pada 11 September 2023, LPP RRI Purwokerto melakukan *rebranding* pada lembaganya. *Rebranding* tersebut merupakan bentuk adaptasi RRI sebagai satu-satunya radio yang menyanggah nama negara dalam menghadapi era digital. Era digital ditandai dengan adanya penyebaran informasi bagi masyarakat yang terasa mudah dan cepat dengan ditandai beralihnya ke sistem digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan dilakukan *rebranding* LPP RRI Satuan kerja Purwokerto serta bagaimana implementasi *rebranding* LPP RRI Satuan Kerja Purwokerto dengan dianalisis menggunakan tahapan *rebranding* menurut Muzzelec dan Lambkin (2004). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Data penelitian dikumpulkan melalui analisis dokumen LPP RRI Purwokerto serta wawancara dengan para informan yang mengetahui informasi mengenai *rebranding* di LPP RRI Purwokerto ini. Hasil penelitian ini antara lain 1) *Repositioning* yang ingin ditanamkan yaitu LPP RRI Purwokerto merupakan media informasi yang tidak hanya dapat diakses secara terrestrial, tetapi sudah merambah ke aspek digital. 2) LPP RRI Purwokerto tidak melakukan tahapan *renaming* karena ingin menjaga identitas yang sudah melekat di masyarakat. 3) *Redesigning* yang dilakukan berupa *tangible aspect* yakni logo lembaga kemudian disusul atribut lainnya berupa alat tulis, neon box, ID card, pin, serta seragam. Perubahan *tangible aspect* juga terlihat pada salah satu platform digital RRI, yaitu perubahan aplikasi RRI Digital yang semula RRI Playgo. Perubahan *intangibile aspect* terdapat pada penguatan platform digital dengan meningkatkan produktifitas karyawan LPP RRI Purwokerto dalam menulis serta mempertahankan program Dopokan Banyumasan serta Warung Tarsun sebagai ciri khas atau lokalitas LPP RRI Purwokerto. 4) *Relaunching* dilakukan bertepatan dengan Hari Radio yaitu 11 September 2023 dengan mengunggah video penjelasan *rebranding* RRI. Dalam implementasinya, terdapat kendala, berupa instruksi terkait *rebranding* dinilai terlalu cepat, logo belum diterapkan secara menyeluruh, inkonsistensi terkait logo program, RRI Digital yang mengalami bug, karyawan LPP RRI Purwokerto yang belum terbiasa dengan perubahan kebijakan terkait penambahan konten.

Kata Kunci: LPP RRI Purwokerto, Rebranding, Digital

ABSTRACT

LPP RRI Purwokerto rebranded its institution to adapt as the only radio station bearing the national name in the digital era on September 11, 2023. The digital era is characterized by the rapid and easy dissemination of information through digital system. This research aims to find out the reasons for rebranding the LPP RRI Purwokerto and how the rebranding was implemented, analyzed using the rebranding stages according to Muzzelec and Lambkin (2004). The researchers used descriptive qualitative research methods. Data were collected through document analysis of LPP RRI Purwokerto as well as interviews with informants who knew information regarding rebranding at LPP RRI Purwokerto. The result of this research include: 1) The desired repositioning is for LPP RRI Purwokerto to be recognized as the source information accessible not only terrestrially but also digitally. 2) LPP RRI Purwokerto did not undertake renaming because it wanted to maintain the identity that was embedded. 3)The redesigning involved tangible aspect such as changes to the institution's logo, followed by other attributes in the form of stationery, neon boxes, ID cards, pins and uniforms. Tangible aspect changes can also be seen on one of RRI's digital platforms, from RRI Playgo app to RRI Digital. The intangible aspect change is in strengthening the digital platform by increasing the productivity of LPP RRI Purwokerto employees in writing and maintaining local programs like Dopokan Banyumasan and warung Tarsung. 4) The relaunching was timed with Radio Day on September 11, 2023, by uploading a video explaining RRI's rebranding. In its implementation, there were obstacles in the form of instructions related to rebranding which were considered too fast in its implementations. The logo had not been implemented thoroughly, inconsistencies regarding the program logo, RRI Digital has bug, and LPP RRI Purwokerto's employees who were not yet familiar with policy changes related to adding content.

Keywords: *LPP RRI Purwokerto, Rebranding, Digital*