

## KATA PENGANTAR

Tugas akhir dengan judul penerapan konsep *rebranding* pada PSF dalam merubah image ini dapat terselesaikan dengan baik atas izin dari Tuhan Yesus Kristus. Maka dari itu, penulis memanjatkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus atas hikmat yang diberikanNya kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan. Tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi persyaratan akademik yang bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan.

Selesaiannya tugas akhir ini, tidak lepas dari bantuan dalam segala bentuk dari berbagai pihak. Bantuan yang diberikan oleh pihak-pihak berikut ini merupakan bantuan yang menopang baik penulis, maupun isi dari tugas akhir ini. Bantuan dari pihak-pihak tersebut merupakan sebuah jasa yang tidak dapat dibayarkan kembali dengan apapun. Maka dari itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Prof. Aleksius Jemadu Ph.D sebagai *Associate Dean* jurusan ilmu komunikasi dan ilmu politik Universitas Pelita Harapan.
- 2) Ibu Dr.phil. Deborah Nauli Simorangkir, B.A, M.S. sebagai Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan, atas semua bantuan yang diberikan kepada penulis dalam segala bentuk, dan atas ilmu yang telah diberikan pada penulis semasa kuliah.
- 3) Ibu Julia, S.Sos, MA sebagai Wakil Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan dan Penasehat Akademik Penulis, atas

semua bantuan yang diberikan kepada penulis dalam segala bentuk, dan atas ilmu yang telah diberikan pada penulis semasa kuliah.

- 4) Dra. Desideria Lumongga Dwihadiah Leksmono Suwu, M.Si. sebagai Dosen Pembimbing dalam pengerjaan tugas akhir ini, sebagai pembimbing akademik selama penulis berkuliah, atas segala bantuan, dukungan, waktu, usaha, dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis, tidak hanya saat penyusunan tugas akhir ini, namun selama masa perkuliahan dari tahun 2009 sampai saat ini.
- 5) Seluruh dosen jurusan ilmu komunikasi Universitas Pelita Harapan atas segala bantuan, dukungan, dan ilmu yang diberikan kepada penulis.
- 6) Ibu Fransisca Kunigunde Endah, SE sebagai kepala administrasi, ibu Esther Taruli Napitupulu, SS., M.Min. sebagai *senior administration*, bapak Nalkuku Sedubun, SE, ibu Paskah Widarani, dan seluruh staf administrasi FISIP Universitas Pelita Harapan atas bantuan yang diberikan kepada penulis.
- 7) Ibu Dahlia Sardjono, sebagai *Director Marketing* Putera Sampoerna Foundation, ibu Monique Hardjoko sebagai *Head of Brand and Event* Putera Sampoerna Foundation, Dora Huliselan sebagai *Brand Officer* Putera Sampoerna Foundation, Medina Andayanti Ibrahim sebagai *PR (Public Relation) Officer* Putera Sampoerna Foundation. Atas segala bentuk bantuan dan waktu yang diberikan kepada penulis.

- 8) Bapak, ibu, dan staf perpustakaan Johannes Oentoro, Universitas Pelita Harapan atas bantuannya kepada penulis.
- 9) Mama, Reza, Emily, Kike, Pierre, Marsha, Om Gobby, Tante Oke, Marco, Marla, Coach Stephen Metcalfe, Tim basket UPH dan seluruh keluarga besar dan kerabat keluarga atas segala bantuan dukungan, doa, dan masukan yang diberikan untuk penulis.
- 10) Orang-orang terkasih dan juga teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dorongan, masukan, semangat, doa, informasi, dan hiburan kepada penulis saat pengerjaan tugas akhir ini, Yolenta Winda, Dayana Adelia Chuatan, Acong, Titin, Shella Natasha, Jefta, Nicolas, Paolo Jacob dan Julia Maramis.
- 11) Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam segala bentuk kepada penulis yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis berharap, bahwa tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Penulis juga berharap bahwa tugas akhir ini dapat menjadi data sekunder untuk penelitian-penelitian sejenis kedepannya. Penulis menyadari masih adanya banyak kekurangan di dalam tugas akhir ini. Kritik dan saran untuk kesempurnaan tugas akhir ini akan sangat diterima oleh penulis.

Karawaci, 31 Juli 2013

Jeremiah Eliza Ranti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Kegunaan Penelitian .....	9
1.6 Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II OBJEK PENELITIAN</b>	
II.1 PT. H.M Sampoerna Tbk .....	13
II.2 Sejarah Putera Sampoerna Foundation .....	14
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA</b>	
III.1 Komunikasi .....	23
III.2 <i>Marketing Communication</i> .....	26
III.2.1 <i>Marketing Communication Tools</i> .....	28

III.3 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	30
III.3.1 <i>Definisi IMC</i> .....	30
III.3.2 <i>Fungsi IMC</i> .....	32
III.4 <i>Brand</i> .....	33
III.5 <i>Branding</i> .....	36
III.5.1 <i>Brand Positioning</i> .....	38
III.5.2 <i>Brand Identity</i> .....	39
III.5.3 <i>Brand Personality</i> .....	40
III.5.4 <i>Brand Communication</i> .....	42
III.5.5 <i>Brand Image</i> .....	42
III.5.6 <i>Brand Awareness</i> .....	43
III.6 <i>Rebranding</i> .....	44
III.6.1 <i>Model of Rebranding Process</i> .....	46
III.6.2 <i>Tahapan Strategi Rebranding</i> .....	49
III.6.2.1 <i>Brand Repositioning</i> .....	49
III.6.2.2 <i>Brand Renaming</i> .....	50
III.6.2.3 <i>Brand Redesign</i> .....	52
III.6.2.4 <i>Brand Relaunching</i> .....	53
III.6.3 <i>Tujuan Strategi Rebranding</i> .....	54
III.7 <i>Kerangka Pemikiran</i> .....	55

## **BAB IV METODOLOGI PENELITIAN**

IV.1 <i>Pendekatan Penelitian</i> .....	57
IV.2 <i>Metode Penelitian</i> .....	59
IV.3 <i>Metode Pengumpulan Data</i> .....	60
IV.3.1 <i>Data Primer</i> .....	60
IV.3.2 <i>Sampel</i> .....	60
IV.3.3 <i>Data Sekunder</i> .....	62

IV.3.4 Wawancara .....	62
IV.4 Observasi .....	63
IV.5 Unit Analisis .....	64
IV.6 Teknik Analisis Data .....	66
IV.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	67

## **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

V.1 Hasil Penelitian .....	72
V.1.1 Latar Belakang didirikannya PSF setelah penjualan kepada Philip Morris .....	72
V.1.2 PSF dalam merubah Jenis Bisnis .....	74
V.1.3 <i>Target Market</i> PSF .....	76
V.1.4 Program-program Pendidikan PSF .....	77
V.1.5 USBI (Universitas Siswa Bangsa Internasional).....	79
V.1.6 <i>Image</i> Masyarakat Tentang PSF melalui Program USBI ....	81
V.1.7 Stategi Promosi PSF.....	83
V.1.8 Tujuan Strategi Promosi PSF .....	84
V.1.9 Cara Komunikasi PSF dalam Perubahan <i>Image</i> Rokok.....	85
V.1.10 Media Audit Report.....	87
V.2 Pembahasan .....	89
V.2.1 <i>Rebranding Image</i> Putera Sampoerna Foundation dari Sebuah Organisasi yang Merupakan Bagian dari CSR Sebuah Perusahaan Rokok Menjadi Organisasi Sosial yang Berdiri Sendiri .....	90
V.2.1.1 Faktor PSF dalam <i>Rebranding</i> .....	92
V.2.1.2 Tujuan PSF dalam <i>Rebranding</i> .....	94
V.2.1.3 Proses PSF dalam <i>Rebranding</i> .....	96
V.2.2 Strategi <i>Rebranding</i> yang dilakukan PSF .....	100
V.2.2.1 <i>Repositioning</i> .....	100
V.2.2.2 <i>Renaming</i> .....	103

V.2.2.3 <i>Redesign</i> .....	105
V.2.2.4 <i>Relaunching</i> .....	108
V.2.2.5 Tujuan Strategi <i>Rebranding</i> .....	110

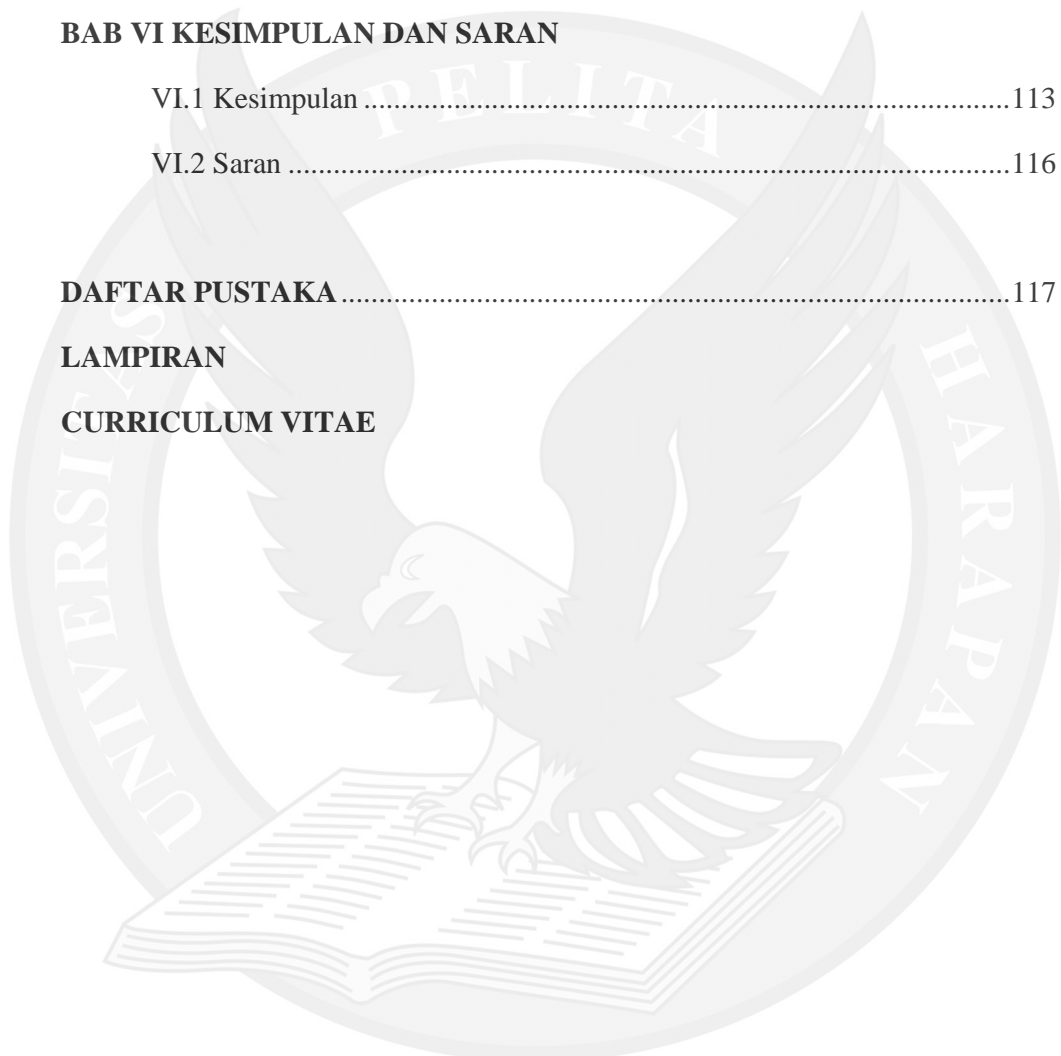
**BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

VI.1 Kesimpulan .....	113
VI.2 Saran .....	116

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	117
-----------------------------	-----

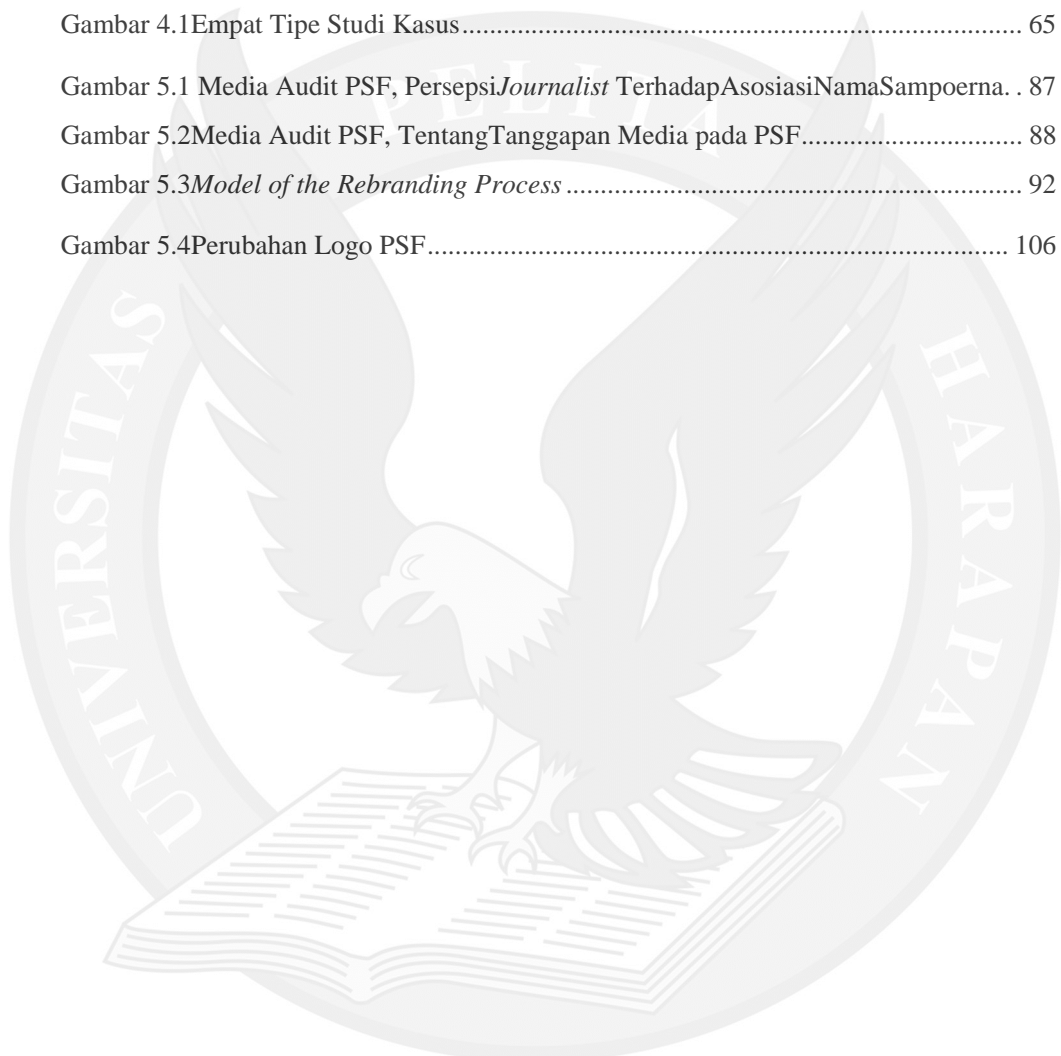
**LAMPIRAN**

**CURRICULUM VITAE**



## DAFTAR GAMBAR

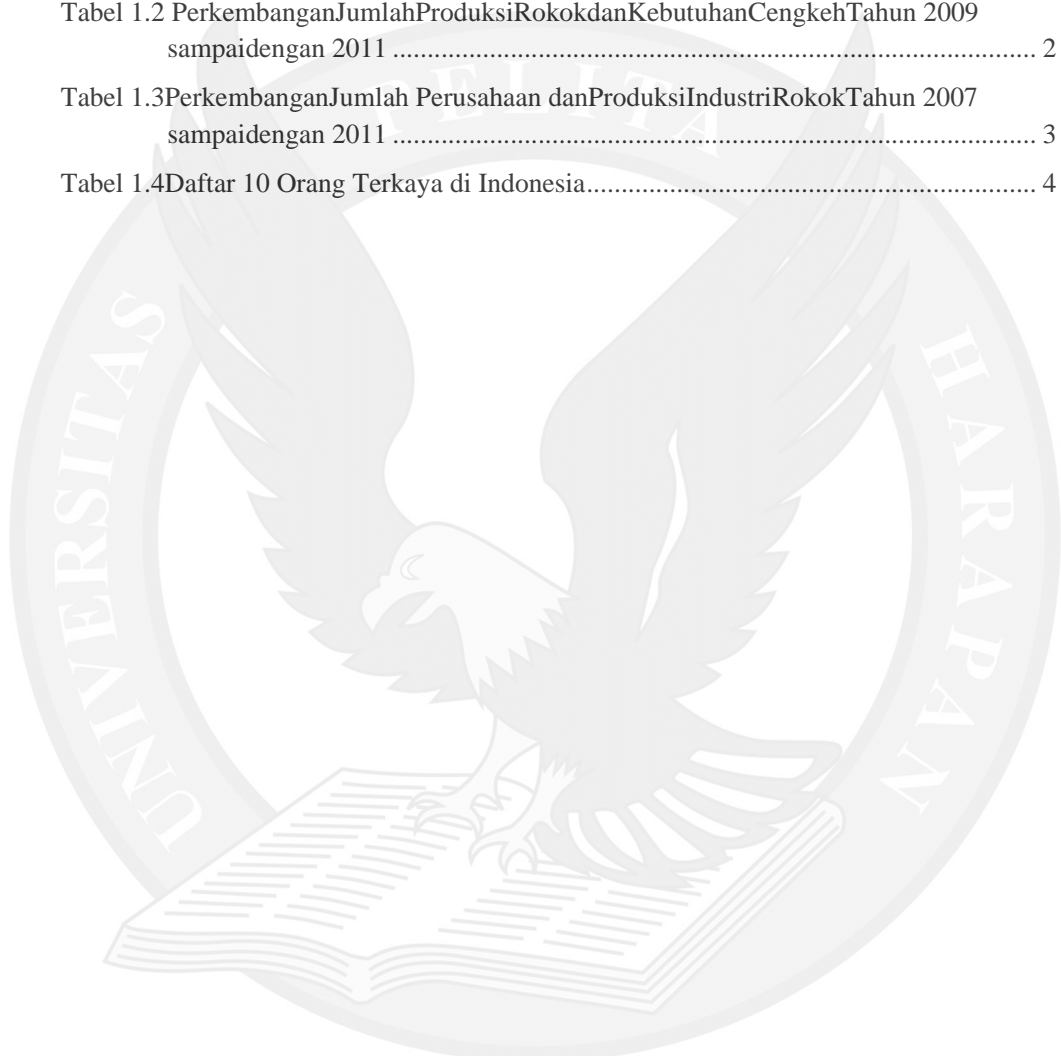
Gambar 3.1 <i>Model of the Rebranding Process</i> .....	47
Gambar 3.2 Diagram Kerangka Pemikiran.....	56
Gambar 4.1 Empat Tipe Studi Kasus.....	65
Gambar 5.1 Media Audit PSF, Persepsi <i>Journalist</i> Terhadap Asosiasi Nama Sampoerna. .	87
Gambar 5.2 Media Audit PSF, Tentang Tanggapan Media pada PSF.....	88
Gambar 5.3 <i>Model of the Rebranding Process</i> .....	92
Gambar 5.4 Perubahan Logo PSF.....	106





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Pendapatan Cukai Rokok Pemerintah, Nilai Penjualan, dan Total Volume Penjualan Rokok 2011-2013 .....	1
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Produksi Rokok dan Kebutuhan Cengkeh Tahun 2009 sampai dengan 2011 .....	2
Tabel 1.3 Perkembangan Jumlah Perusahaan dan Produksi Industri Rokok Tahun 2007 sampai dengan 2011 .....	3
Tabel 1.4 Daftar 10 Orang Terkaya di Indonesia.....	4



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran A

Lembar Monitoring Bimbingan .....	A-1
Surat Ijin Penelitian Perusahaan .....	A-2

### Lampiran B

Foto Acara <i>Launching</i> USBI di Sampoerna Strategic .....	B-1
Foto Brosur USBI .....	B-2
Foto <i>Quarterly Report</i> PSF .....	B-3
Foto “Passport” Keikutsertaan dalam <i>Launching</i> USBI .....	B-4

### Lampiran C

Transkrip <i>Key Informant</i> I .....	C-1
Transkrip <i>Key Informant</i> II .....	C-2
Transkrip <i>Key Informant</i> III .....	C-3
Transkrip <i>Key Informant</i> IV .....	C-4
Transkrip <i>Informant</i> I .....	C-5
Transkrip <i>Informant</i> II .....	C-6
Transkrip <i>Informant</i> III .....	C-7