

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir yang berjudul “IMPLEMENTASI *STRATEGIC BRAND MANAGEMENT* DALAM PENGELOLAAN *BRAND IMAGE* OLEH DMID” dapat diselesaikan. Tugas Akhir ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Pemegang menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, Pemegang mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- 2) Marsefio Seyvone Luhukay, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Magdalena Lestari Ginting, S.Sos, M.P.A., M.I.Kom. , selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mendampingi pemegang selama proses pembuatan Tugas Akhir ini hingga bisa terselesaikan dengan baik.
- 4) Drs. Roy Robert Rondonuwu, Dipl.-Inf, M.Lib. dan Jumadal Simamora,

S.Sos., M.I.Kom. , selaku penguji Tugas Akhir yang telah membantu dan membimbing pemegang selama proses sidang dan juga pembuatan revisi Tugas Akhir.

- 5) Tim Koordinator Tugas Akhir (Marsefio S. Luhukay, S.Sos., M.Si., Novatri G. Pakan, S.I.Kom., Sri Dwi Depvina Sirait, S.Pd.) , yang telah membantu dan membimbing pemegang selama proses pembuatan hingga pengumpulan Tugas Akhir.
- 6) Jumadal Simamora, S.Sos., M.I.Kom. , selaku Pembimbing Akademik selama proses perkuliahan.
- 7) Seluruh dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat untuk digunakan di masa depan.
- 8) Ibu Ellya Susanti dan Bapak Philip Cahyono yang sudah mendampingi selama pemegang magang di Perusahaan DMID.
- 9) Bapak David dan Ibu Rostini yang telah mendukung pemegang baik dalam bentuk dukungan, semangat dan juga finansial bagi pemegang.
- 10) Jason Kent Setiawan, Kris Wiharta, Jessica Melinda, Nanda Vijaya Putra, Kheren dan Cyntia Virginia Sastra yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk setiap apa yang pemegang kerjakan, termasuk pengerjaan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, pemegang menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat

bermanfaat bagi pemegang. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, Juli 2021

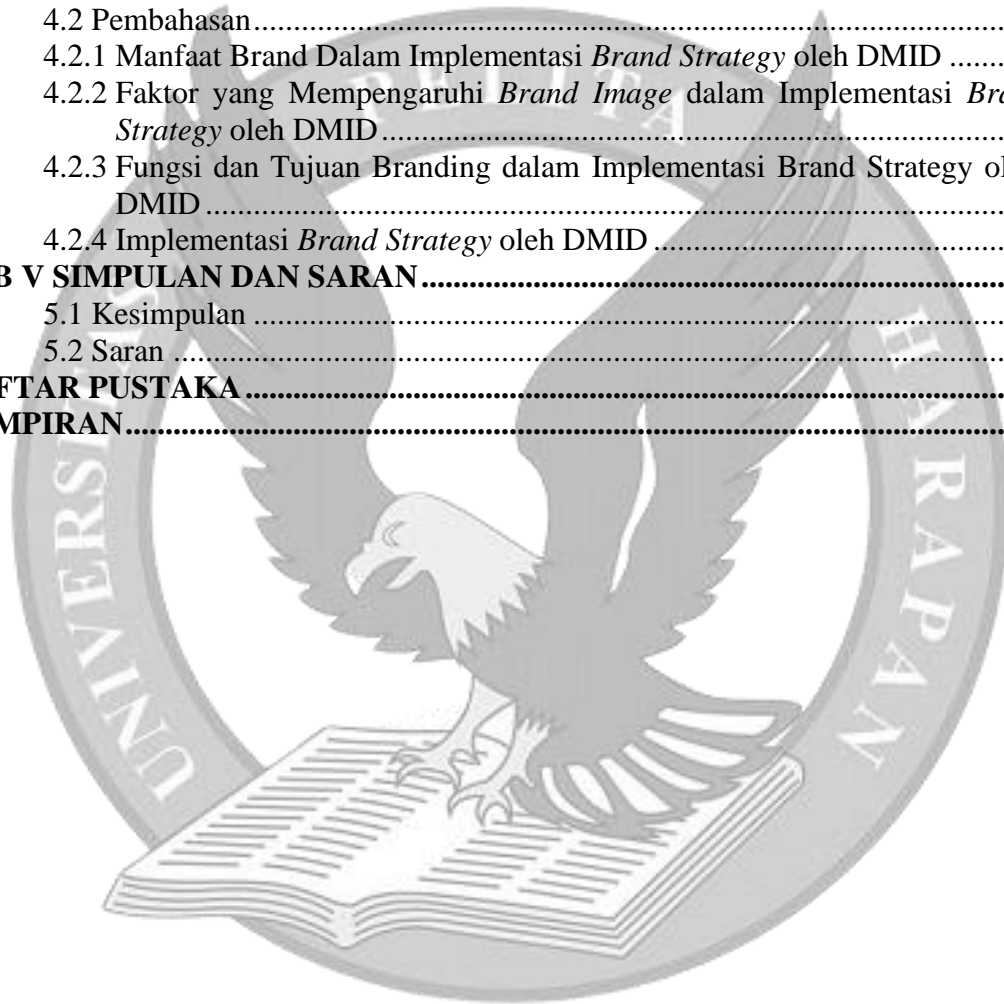
Bryan Andersson



DAFTAR ISI

	halaman
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	.ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIRiii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	.iv
ABSTRAKv
ABSTRACT.....	.vi
KATA PENGANTAR.....	.vii
DAFTAR ISI.....	.x
DAFTAR GAMBAR.....	.xii
DAFTAR LAMPIRANxii
BAB I PENDAHULUAN.....	.1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Tugas Akhir	6
1.3 Ruang Lingkup & Batasan	6
1.4 Lokasi & Waktu Magang	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Merek (<i>Brand</i>).....	8
2.1.1 Manfaat Merek (<i>Brands Benefit</i>)	11
2.1.2 Jenis Dari Merek (<i>Types of Brands</i>).....	12
2.2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	13
2.2.1 Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	15
2.3 <i>Branding</i>	16
2.3.1 Fungsi & Tujuan <i>Branding</i>	17
2.4 Strategi branding (<i>Branding Strategy</i>)	19
2.4.1 <i>Brand Positioning</i>	20
2.4.2 <i>Brand Identity</i>	21
2.4.3 <i>Brand Personality</i>	23
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN & URAIAN PELAKSANAAN	
MAGANG	25
3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	25
3.2 DMID (DM Ideology).....	25
3.3 Visi & Misi DMID	27
3.4 Jasa DMID	27
3.4.1 <i>Brand Audit</i>	27
3.4.2 <i>Rigor & Strategic Thinking</i>	29

3.4.3 <i>Outstanding Creative Design</i>	31
3.4.4 <i>Relevance Implementation</i>	31
3.4.5 <i>Brand Guardianship</i>	32
3.5 <i>Departemen DMID</i>	33
3.6 Uraian Pelaksanaan Magang	34
BAB IV URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Uraian Magang.....	38
4.1.1 Kegiatan Lingkup Operasional	39
4.2 Pembahasan.....	47
4.2.1 Manfaat Brand Dalam Implementasi <i>Brand Strategy</i> oleh DMID	48
4.2.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> dalam Implementasi <i>Brand Strategy</i> oleh DMID	51
4.2.3 Fungsi dan Tujuan Branding dalam Implementasi Brand Strategy oleh DMID	54
4.2.4 Implementasi <i>Brand Strategy</i> oleh DMID	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	A



DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 <i>Risk during Covid 19</i>	3
Gambar 3.1 Logo DMID.....	25
Gambar 3.2 Logo PT. WIR Global	26
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Departemen DMID	33
Gambar 3.4 Template Sertifikat peserta magang	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lembar Monitoring Dosen Pembimbing.....	A-1
Lembar Monitoring Supervisor.....	A-2
Formulir Pengajuan Mengikuti Tugas Akhir	A-6
Surat Pengantar Magang	A-7
Surat Bukti Penerimaan Magang.....	A-8
Form Informasi Penempatan Magang.....	A-9
Form Evaluasi Akhir Kinerja Magang.....	A-10
Angket Program Magang UPH untuk Perusahaan.....	A-11
Angket Program Magang UPH untuk Pemegang	A-12
Surat Keterangan Bukti Selesai Magang	A-13
Hasil Cek Turnitin	A-14

