



ANALISIS REBRANDING PT. VIVA MEDIA BARU (viva.co.id)

DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN IKLAN ONLINE TAHUN 2015

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1
Fakultas Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication &
Advertising

A faint watermark of the Universitas Mercu Buana logo is visible in the background. It consists of the university's name in a large, stylized, blue font, with "UNIVERSITAS" in green above "MERCU BUANA". Below the name, it says "Disusun Oleh:" followed by the author's name "Risa Rizkia Oktaviana" and the student ID "44310110081".

UNIVERSITAS
Disusun Oleh:
MERCU BUANA
Risa Rizkia Oktaviana
44310110081

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS REBRANDING PT. VIVA MEDIA BARU
(Viva.co.id) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
IKLAN ONLINE TAHUN 2015

Nama : Risa Rizkia Oktaviana

NIM : 44310110081

Fakultas : Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : ANALISIS REBRANDING PT. VIVA MEDIA BARU
(Viva.co.id) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
IKLAN ONLINE TAHUN 2015

Nama : Risa Rizkia Oktaviana

NIM : 44310110081

Fakultas : Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 29 Maret 2016

Ketua Sidang,
Tri Diah Cahyowati M.Si

()

Penguji Ahli,
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

()

Pembimbing,
Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

()



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS REBRANDING PT. VIVA MEDIA BARU
(Viva.co.id) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
IKLAN ONLINE TAHUN 2015

Nama : Risa Rizkia Oktaviana

NIM : 44310110081

Fakultas : Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 3 Februari 2016

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Marketing
Communication & Advertising

(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi syarat menempuh ujian akhir sarjana pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana di Jakarta. Dari awal penyusunan skripsi ini, penulis merasa masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan pengalaman penulis dalam bidang ini beserta topik yang diteliti, namun dalam kesempatan ini pula penulis mendapatkan kritik sehingga mencapai kesempurnaan hasil akhir yang diharapkan. Kritikan dan masukan yang membangun dan juga dorongan dari dosen pembimbing sehingga skripsi ini dapat terwujud sebagaimana mestinya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak yang dengan tulus, ikhlas, sabar dan penuh perhatian. Oleh karena itu pemulis ingin menyampaikan besar terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, selaku dosen pembimbing dan juga dosen semasa perkuliahan, peneliti dengan hormat dan rendah hati mengucapkan terima kasih atas ketersedianya, kesabarannya, dan ilmu – ilmu yang sudah diberikan dalam penyusunan skripsi ini. Tidak ada kata lain yang dapat mengungkapkan besarnya apresiasi atas bimbingan yang diberikan.
2. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku ketua bidang studi jurusan Marketing Communications and Advertising, peneliti mengucapkan banyak terima kasih untuk bimbingan, dorongan, dan nasihat yang telah diberikan semasa perkuliahan dan semasa penyusunan skripsi.
3. Seluruh Bapak /Ibu Dosen Marketing Communication & Advertising, atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama peneliti menempuh kuliah di Universitas Mercubuana.
4. Bapak Firman Syarif selaku COO PT. Viva Media Baru, terima kasih atas ketersediaannya waktu dan tempat untuk melakukan penelitian hingga penyusunan skripsi ini lengkap

5. Bapak Suwarjono sebagai Redaktur Pelaksana dan Ibu Yuni Afriyadi selaku Kepala departemen Marketing, terima kasih atas bantuan dan ketersediaany untuk informasi yang diberikan guna melengkapi skripsi yang sedang disusun
6. Kedua orang tua tercinta dan suami, terima kasih atas doa dan *support* yang tidak henti – hentinya kalian panjatkan.
7. Special thanks to Rulan Hersono dan Ades Firmansyah, teman, sahabat, kakak, sekaligus pembimbing pribadi yang tak henti-hentinya memberikan semangat, pacuan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua teman-teman mahasiswa seangkatan di Marketing Communication & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mrcubuana, Wita, Ade, Imus, Rizal, Dimas, Aden, Revo, Erwin. Terima kasih atas kebersamaan selama ini yang sangat menginspirasi.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat, khususnya untuk perkembangan pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Communication and Advertising Universitas Mercu Buana. Dan segala kekurangannya, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang sedalam – dalamnya.



Jakarta, 21 Maret 2016

Risa Rizkia O.

Table of Contents

Table of Contents	VIII
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.4.3 Manfaat Sosial	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2 Brand	17
2.2.1 Manfaat Brand.....	19
2.3 New Media.....	21
2.4 Rebranding	25
2.4.1 Corporate Rebranding Process	26
2.4.2 Tahapan Rebranding.....	27
2.5 Karakteristik Media Online.....	32
BAB III	36
METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Subyek Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	41

3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	42
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Perusahaan	44
4.1.2 Lokasi Perusahaan	46
4.1.3 Visi dan Misi VIVA.co.id.....	46
4.1.4 Struktur Organisasi VIVA.co.id	46
4.1.5 Konten – konten Portal Viva.co.id	47
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Latar Belakang dan Tujuan Viva.co.id melakukan rebranding....	51
4.2.1.1. Latar Belakang	51
4.2.1.2 Tujuan	53
4.2.2 Proses <i>Rebranding</i> VIVA.co.id	54
4.2.2.1 Trigering.....	55
4.2.2.2 Analyzing & Decision Making	56
4.2.2.3 <i>Planning</i>	57
4.2.2.4 <i>Preparing</i>	59
4.2.2.5 <i>Launching</i>	62
4.2.2.6 <i>Evaluating</i>	64
4.2.2.7 <i>Continuing</i>	66
4.3 Pembahasan	67
4.3.1 Proses <i>Rebranding</i> yang dilakukan VIVA.co.id	69
4.3.2 New Media.....	77
BAB V.....	81
SIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84