



**STRATEGI *RE-BRANDING* PT.AVRIST ASSURANCE
DALAM MEMBANGUN *AWARENESS***



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

IRA NURMAULIDINA

55214110081

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**



**STRATEGI *RE-BRANDING* PT.AVRIST ASSURANCE
DALAM MEMBANGUN *AWARENESS***

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

IRA NURMAULIDINA

55214110081


**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Judul : Strategi Rebranding PT.Avrisk Assurance Dalam
Membangun *Awareness*
Nama : IRA NURMAULIDINA
NIM : 55214110081
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate Communication
Tanggal : 21 Februari 2017

Jakarta, 04 Maret 2017

UNIVERSITAS
Mengetahui,
MERCU BUANA
Pembimbing,



Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : Strategi Rebranding PT.Avrisk Assurance Dalam
Membangun *Awareness*
Nama : IRA NURMAULIDINA
NIM : 55214110081
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate Communication
Tanggal : 21 Februari 2017

Jakarta, 04 Maret 2017

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli:
Dr. Henni Gusfa., M.Si



(.....)

3. Pembimbing:
Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si



(.....)

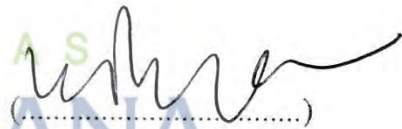
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi Rebranding PT.Avrisk Assurance Dalam
Membangun *Awareness*
Nama : IRA NURMAULIDINA
NIM : 55214110081
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate Communication
Tanggal : 21 Februari 2017

Jakarta, 04 Maret 2017

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli:
Dr. Henni Gusfa., M.Si



(.....)

3. Pembimbing:
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si



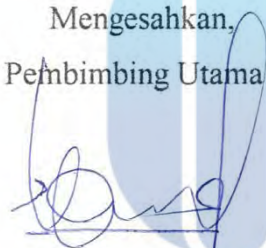
(.....)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Strategi Rebranding PT.Avrisk Assurance Dalam
Membangun *Awareness*

Nama : IRA NURMAULIDINA
NIM : 55214110081
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate Communication
Tanggal : 21 Februari 2017

Mengesahkan,
Pembimbing Utama,



Dr. Yoyoh Hereyah M.Si

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana,

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi,



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Strategi Rebranding PT.Avrisk Assurance Dalam
Membangun *Awareness*
Nama : IRA NURMAULIDINA
NIM : 55214110081
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 21 Februari 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 04 Maret 2017



IRA NURMAULIDINA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya-Nya yang senantiasa menemani di setiap langkah dan setiap pekerjaan penulis dalam penyusunan Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Proses penyusunan Tesis ini merupakan pekerjaan yang tidak ringan sehingga banyak pihak yang turut andil dalam membantu segala proses dalam penyusunan laporan ini. Tanpa bantuan, dorongan, dukungan, serta kerjasama dari pihak – pihak lain, maka mustahil laporan ini dapat terselasikan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini tak lupa disampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus, Terimakasih atas anugerah yang diberikan-Nya. Selalu bersyukur atas semua berkah dan rahmat yang Kau berikan sehingga baik adanya.
2. Ibu Dr.Yoyoh Haereyah, M.Si selaku pembimbing Tesis yang telah memberikan saran serta bimbingan dalam proses penyusunan laporan Tesis ini. Nasehat-nasehat yang diberikan agar Tesis ini terselesaikan dengan baik.
3. Kepada kedua orang tuaku, Bapak dan Mama terimakasih atas doa dan dukungan secara materi dan non materi. Tanpa bantuan dari bapak dan ibu pastilah Tesis ini tidak dapat terseslesaikan dengan baik dan lancar.

4. Dosen – dosen penguji Ibu Dr.Henni Gusfa, M.Si, Bapak Dr.Ahmad Mulyana, M.Si dan Ibu Dr.Yoyoh Hereyah, M.Si tentunya, yang telah memberikan saran dan koreksi agar laporan Tesis ini lebih sempurna.
5. Seluruh staff Mercubuana yang telah banyak membantu dalam masalah administrasi, terutama Pak Warso.
6. Terima kasih kepada narasumber di PT.Avrisk Assurance atas segala bantuannya
7. Teman terdekatku Destian Guntur yang selalu memberi support ketika mengerjakan Tesis.
8. Teman-teman terdekat selama kuliah dan juga sebagai pembangkit semangat dan pendewasaan diri.Vida, Teguh, Mba Novi, Firman & Dimas. Terimakasih atas waktu-waktu selama kuliah dan tempat untuk berbagi.
9. Teman-teman di Kantor : Mba Susi, Mba Iip, Adi, Andre yang juga sebagai teman bermain.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini sehingga dapat selesai sesuai dengan apa yang diharapkan.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak–pihak yang telah membantu. Semoga laporan Skripsi ini dapat membantu bagi Instansi dan pembaca.

Jakarta, Maret 2017

Ira Nurmaulidina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan dan Identifikasi Masalah	10
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1. Maksud Penelitian.....	10
1.3.2. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka	13
2.2 Kerangka Pemikiran	22
2.3 Pengertian <i>Corporate Communication</i>	25
2.4 Strategi.....	27
2.5 Komunikasi Pemasaran	32
2.5.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	36
2.5.2 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	39

2.5.3 Media Promosi.....	40
2.6 Brand	42
2.6.1 Fungsi Brand atau Merek	
2.6.2 Sarana dan Tujuan <i>Brand</i> atau Merek	48
2.6.3 Komponen Brand.....	48
2.6.3.1 <i>Brand name</i> (nama merek)	48
2.6.3.2 URLs (Uniform Resource Locators)	49
2.6.3.3 Logos dan Symbols (Logo dan Simbol).....	49
2.6.3.4 Character (Karakter).....	50
2.6.3.5 Slogans (Slogan).....	50
2.6.3.6 Jingles (Jingle).....	50
2.6.3.7 Package (Kemasan)	51
2.7 <i>Rebranding</i>	53
2.7.1 Tujuan <i>Rebranding</i>	55
2.7.2 Faktor Pendorong <i>Rebranding</i>	57
2.7.3 Tahapan <i>Rebranding</i>	57
2.7.4 Strategi <i>Rebranding</i>	62
2.8 <i>Brand Awareness</i>	65
2.8.1 Peran <i>Brand Awarness</i> (Kesadaran Merek).....	66
2.8.2 Tahapan <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran merek)	67
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	70
3.2 Paradigma Penelitian	70
3.3. Metode Penelitian	72
3.3.1 Jenis Penelitian.....	73
3.3.2 Lokasi Penelitian.....	73
3.3.3 Informan Penelitian.....	74
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.4.1 Data Primer	74
3.4.2 Data Sekunder	76
3.5 Teknik Analisis Data	77

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	79
4.2	Sejarah PT.Avrisk Assurance	80
4.3	Visi & Misi	81
4.3.1	Visi.....	81
4.3.2	Misi	81
4.3.3	Nilai.....	81
4.4	Lokasi.....	82
4.5	Logo Perusahaan	84
4.6	Struktur Organisasi PT.Avrisk Assurance	84
4.7	Pengalaman	85
4.8	Kekuatan Keuangan	85
4.9	Layanan & Komitmen.....	87
4.10	Hasil Analisis Data	88
4.11	Proses rebranding PT.Avrisk Assurance	88
4.11.1	Faktor rebranding PT.Avrisk Assurance	88
4.11.2	Tujuan Rebranding PT.Avrisk Assurance.....	92
4.11.3	Proses <i>Rebranding</i> PT.Avrisk Assurance Antara Pihak Internal dan Eksternal	94
4.12	Pembahasan.....	101
4.12.1	Proses <i>Rebranding</i> PT.Avrisk Assurance	102
4.12.2	Tujuan rebranding PT.Avrisk Assurance	105
4.12.3	Proses Rebranding PT.Avrisk Assurance Antara Pihak Internal dan Eksternal.....	106
4.12.4	Proses Rebranding PT.Avrisk Assurance.....	107
4.12.4.1	Internal	107
4.12.3.2	Eksternal	115

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	119
5.2	Saran	120

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian-Penelitian yang sejenis	20
Tabel 2.2 Alat-alat Promosi/ Komunikasi	41
Tabel 4.1 Sejarah PT.Avrisk Assurance	80
Tabel 4.2 Hasil Proses Rebranding PT.Avrisk Assurance.....	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	24
Gambar 2.2 Marketing Communication	40
Gambar 2.3 Rebranding as continuum (dalam Muzellec & Lambkin, 2006).....	56
Gambar 2.4 Drivers of Rebranding.....	57
Gambar 2.5 Four Elements of Rebranding	61

Gambar 2.6 Types of Brand Names.....	62
Gambar 4.1 Lokasi Kantor Pemasaran PT.Avrisk Assurance	83
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	84
Gambar 4.3 Tonggak Sejarah PT. Avrisk Assurance	86
Gambar 4.4 Financial Highlights PT. Avrisk Assurance.....	87
Gambar 4.4. Logo Brand PT.Avrisk Assurance	114

