



**PENGARUH CO-BRANDING DEAR ME BEAUTY DENGAN
SASA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PT SASA INTI
(KANTOR PUSAT JAKARTA)**

**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh:
Anisa Frida Novianti

44218010166

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anisa Frida Novianti
NIM : 44218010166
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: Pengaruh Co-branding Dear Me Beauty Dengan Sasa Terhadap Citra Perusahaan PT Sasa Inti (Kantor Pusat Jakarta) adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas MercuBuana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipanyang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

U N Jakarta, 13 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



(Anisa Frida Novianti)

Mengetahui,

Pembimbing



(Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi



(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Anisa Frida Novianti
NIM : 44218010166
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Pengaruh Co-branding Dear Me Beauty Dengan Sasa Terhadap Citra Perusahaan PT Sasa Inti (Kantor Pusat Jakarta).

Jakarta, 13 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing

(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Anisa Frida Novianti
NIM : 44218010166
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Pengaruh Co-branding Dear Me Beauty Dengan Sasa Terhadap Citra Perusahaan PT Sasa Inti (Kantor Pusat Jakarta).

Jakarta, 13 Agustus 2022



Ketua Sidang : Dr. A. Rahman HI, M.Si (.....)

Penguji Ahli : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si (.....)

Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Pengaruh Co-branding Dear Me Beauty Dengan Sasa Terhadap Citra Perusahaan PT Sasa Inti (Kantor Pusat Jakarta).
Nama : Anisa Frida Novianti
NIM : 44218010166
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 13 Agustus 2022
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

(Kurniawan Prasetyo, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Co-Branding Dear Me Beauty Dengan Sasa Terhadap Citra Perusahaan PT Sasa Inti (Kantor Pusat Jakarta)”** tepat sesuai dengan waktu yang ditentukan. Penulisan proposal skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam menyusun proposal skripsi ini, tentunya penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Kurniawan Prasetyo, S. Ikom, M. Ikom selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam membimbing dan memberi arahan dalam penyusunan proposal skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M. Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M. Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Aldina Bahri selaku Brand & Corporate Communications Manager PT. Sasa Inti yang telah memberikan kesempatan dan izin untuk melakukan penelitian.

6. Orang Tua peneliti Bapak Ahmad Fadillah dan Ibu Asih yang selalu memberikan dukungan, doa, kasih sayang dan semangat kepada peneliti dalam penyusunan proposal penelitian ini.
7. Keluarga peneliti, Ibu Nurul Aliyah, Mba Santi, Mba Sinta, Mas Anton, Naura, Keyla, Azkana, Abi yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada peneliti.
8. Dendy Wiralaga, Ajeng, Dina, Sella, Agnes, Salfha, Febri, Dini, Ica, Humaira yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada peneliti.
9. Serta, semua pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proposal tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu diharapkan bagi penulis yang akan datang untuk mengembangkan lagi skripsi ini. Akhir kata dengan segala kerendahan hati dan ketulusan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dalam proposal skripsi ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Tangerang, Agustus 2022

Penulis

(Anisa Frida Novianti)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	13
2.2 KAJIAN TEORITIS	18
2.2.1 Model Pembentukan Citra.....	18
2.2.2 Public Relations.....	22
2.2.3 Komunikasi Organisasi	23

2.2.4 Brand.....	25
2.2.4.1 Startegi Branding.....	26
2.2.4.2 Co-Branding.....	30
2.2.5 Citra	32
2.3 HIPOTESIS	38
BAB III.....	41
METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Paradigma Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel.....	42
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	44
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	44
3.4.1. Definisi Konsep.....	44
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.1 Data Primer	49
3.5.2 Data Sekunder	49
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	50
3.6.1 Uji Validitas	50
3.6.2 Uji Reliabilitas	50
3.7 Teknik Analisa Data.....	51
3.7.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	52
3.7.2 Uji Hipotesis.....	53
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	55
4.1.1 Sejarah Singkat PT Sasa Inti.....	55
4.1.2 Visi dan Misi.....	56

4.1.3 Nilai-Nilai PT Sasa Inti	56
4.1.4 Struktur Organisasi.....	57
4.1.5 Produk Sasa.....	58
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.3 Variabel Co-Branding	61
4.2.4 Variabel Citra Perusahaan	83
4.2.5 Uji Validitas Variabel X.....	95
4.2.6 Uji Validitas Variabel Y	97
4.2.7 Uji Reliabilitas Variabel Co-Branding	98
4.2.8 Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan	98
4.2.9 Uji Asumsi Klasik	99
4.2.10 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	102
4.2.11 Uji Hipotesis	104
4.3 Pembahasan	105
BAB V.....	112
KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Co-branding Oreo X Supreme	4
Gambar 1. 2 Produk Kolaborasi Starcross dengan Indomie.....	5
Gambar 1. 3 Produk Kolaborasi Mizzu dengan Khong Guan	5
Gambar 1. 4 Produk Perfect Matte Lip Coat Dear Me Beauty & Sasa.....	7
Gambar 1. 5 Produk Airy Poreless Powder.....	7
Gambar 1. 6 Produk MSG Eyeshadow Pallette Dear Me Beauty & Sasa	8
Gambar 1. 7 Campaign Co- Branding Dear Me Beauty dengan Sasa.....	9
Gambar 2. 1 Model Pembentukan Citra	19
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir	40



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep.....	45
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden.....	61
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden.....	62
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden.....	63
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden.....	64
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden.....	64
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden.....	65
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden.....	66
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden.....	67
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden.....	67
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden.....	68
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden.....	69
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden.....	69
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden.....	70
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden.....	71
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden.....	71
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden.....	72
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden.....	73
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden.....	74
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden.....	74
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden.....	75
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden.....	76
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden.....	76
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden.....	77
Tabel 4. 26 Tanggapan Responden.....	78
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden.....	78
Tabel 4. 28 Tanggapan Responden.....	79
Tabel 4. 29 Tanggapan Responden.....	80
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden.....	80
Tabel 4. 31 Deskriptif Variabel X.....	82
Tabel 4. 32 Tanggapan Responden.....	83
Tabel 4. 33 Tanggapan Responden.....	83
Tabel 4. 34 Tanggapan Responden.....	84
Tabel 4. 35 Tanggapan Responden.....	85
Tabel 4. 36 Tanggapan Responden.....	85

Tabel 4. 37 Tanggapan Responden.....	86
Tabel 4. 38 Tanggapan Responden.....	86
Tabel 4. 39 Tanggapan Responden.....	87
Tabel 4. 40 Tanggapan Responden.....	88
Tabel 4. 41 Tanggapan Responden.....	88
Tabel 4. 42 Tanggapan Responden.....	89
Tabel 4. 43 Tanggapan Responden.....	90
Tabel 4. 44 Tanggapan Responden.....	90
Tabel 4. 45 Tanggapan Responden.....	91
Tabel 4. 46 Tanggapan Responden.....	91
Tabel 4. 47 Tanggapan Responden.....	92
Tabel 4. 48 Tanggapan Responden.....	93
Tabel 4. 49 Tanggapan Responden.....	93
Tabel 4. 50 Tanggapan Responden.....	94
Tabel 4. 51 Deskriptif Variabel Y.....	94
Tabel 4. 52 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	95
Tabel 4. 53 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	97
Tabel 4. 54 Uji Reliabilitas Variabel X.....	98
Tabel 4. 55 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	98
Tabel 4. 56 Hasil Uji Normalitas.....	99
Tabel 4. 57 Hasil Uji Lineritas.....	100
Tabel 4. 58 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	101
Tabel 4. 59 Nilai Koefisien Determinasi.....	102
Tabel 4. 60 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	103
Tabel 4. 61 Hasil Uji T.....	104