



**STRATEGI REBRANDING PT PINTAR PEMENANG ASIA
DALAM PENGEMBANGAN PRODUK DAN
MEMBANGUN KEMITRAAN GLOBAL**



SYARIFAH ZAINAH

44220010218

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syarifah Zainah
NIM : 44220010218
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Rebranding PT Pintar
Pemenang Asia dalam Pengembangan
Produk dan Membangun Kemitraan Global

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 5 Januari 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

STAMP: 347ALX024267971
PETERAI TEMPEL
Syarifah Zainah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Syarifah Zainah
NIM : 44220010218
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Rebranding PT Pintar
Pemenang Asia dalam Pengembangan Produk dan Membangun Kemitraan
Global

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom (.....)

NIDN : 0326089202

Ketua Penguji : Dr. Elly Yuliawati, M.Si (.....)

NIDN : 0324077101

Penguji Ahli : Anindita, M.Ikom (.....)

NIDN : 0306018903

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 5 Januari 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syarifah Zainah
NIM : 44220010218
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Rebranding PT Pintar
Pemenang Asia dalam Pengembangan
Produk dan Membangun Kemitraan Global

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 5 Januari 2024 Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MERCUBUANA



The image shows a large, semi-transparent watermark of the Universitas Mercu Buana logo and name in the background. In the foreground, there is a circular official stamp of the university with a red emblem in the center. Overlaid on the stamp is a handwritten signature in black ink. To the right of the stamp is a rectangular stamp from the Indonesian government, labeled 'METERAI TEMPORER' (Temporary Stamp) with the number 'AD0ALX024297966'.

(Syarifah Zainah)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul **“Strategi Rebranding PT Pintar Pemenang Asia dalam Pengembangan Produk dan Membangun Kemitraan Global”**. Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari dalam proses penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak, karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Siti Muslichatul, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan arahan, saran, serta motivasi yang membangun.
2. Bapak Andi Pajolloi Bate, MA selaku Dosen Pembimbing akademik yang telah mengarahkan setiap keputusan penulis dalam mengambil mata kuliah di setiap semester.
3. Ibu Anindita, M.Ikom selaku Dosen Mata Kuliah Tugas Akhir yang telah memberikan acuan untuk mencapai target yang telah direncanakan.
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Para Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan segenap Ilmu Pengetahuan mengenai komunikasi yang bermanfaat kepada penulis.
7. Kepada mentor magang penulis yang sangat membantu dalam memberi informasi-informasi yang dibutuhkan penulis yaitu Bapak William Rehatta, Ibu Miza Alvina, dan Bapak Diera Paksi

8. Kepada kedua orang tua penulis yaitu Mama Syifa dan Baba Farid, yang telah memberikan doa, semangat, dan dukungan secara material yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
9. Kepada saudari perempuan penulis bernama Syarifah Shamira yang telah banyak sekali membantu penulis dalam mengoreksi dan memberi dukungan untuk penulis dengan sepenuh hati.
10. Kepada Odeta Yuandi, Ananda Putri Oktafiani, Intan Andini, dan Febriana Putri. Terima kasih sudah menjadi teman seperjuangan dalam Tugas Akhir dan selalu saling membantu serta mendukung satu sama lain.
11. Kepada Qonnyta dan Zahra selaku sahabat penulis yang telah memberi dukungan dan peduli kepada penulis selama pengerjaan proposal skripsi. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis dengan sabar, dan juga selalu mengetahui kebahagiaan dan kesedihan yang penulis alami selama pengerjaan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari Proposal Tugas Akhir Skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sehingga akhirnya Tugas Akhir Skripsi ini dapat memberikan manfaat serta dapat dikembangkan lebih lanjut.

Jakarta, 15 Desember 2023

Syarifah Zainah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	16
1.3. Tujuan Penelitian	16
1.4. Manfaat Penelitian	16
1.4.1. Manfaat Akademis	16
1.4.2. Manfaat Praktis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Penelitian Terdahulu	18
2.2. Kajian Teoritis	22
2.2.1. Komunikasi	22
2.2.2. Komunikasi Organisasi	26
2.2.3. Public Relation	27
2.2.4. Stakeholder Public Relation	30
2.2.5. Strategi Manajemen Komunikasi Public Relation	33
2.2.6. Branding (merek)	34
2.2.7. Rebranding (pemberian merek ulang)	41
2.2.8. Strategi Rebranding	44

2.2.9. Kemitraan	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1. Paradigma Penelitian	48
3.2. Metode Penelitian	48
3.3. Subyek Penelitian	49
3.4. Teknik Pengumpulan data	50
3.4.1. Data Primer	50
3.4.2. Data Sekunder	51
3.5. Teknik Analisis Data	51
3.6. Teknik Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Lokasi Perusahaan	56
4.1.2 Logo PT Pintar Pemenang Asia.....	56
4.1.3 Visi dan Misi PT Pintar Pemenang Asia.....	57
4.1.4 Struktur Organisasi PT Pintar Pemenang Asia.....	58
4.1.5 Produk PT Pintar Pemenang Asia.....	59
4.2. Hasil Penelitian.....	63
4.2.1 Tujuan PT Pintar Pemenang Asia Dalam Melakukan <i>Rebranding</i>	64
4.2.2. Sasaran Khalayak PT Pintar Pemenang Asia.....	67
4.2.3. Identifikasi Masalah PT Pintar Pemenang Asia.....	68
4.2.4. Perencanaan Program Rebranding PT Pintar Pemenang Asia	69
4.2.5. Implementasi Program Rebranding PT Pintar Pemenang Asia.....	69
4.2.6. Evaluasi Program Rebranding PT Pintar Pemenang Asia.....	79
4.3. Pembahasan.....	81
4.3.1 Komunikasi Organisasi Dalam Proses <i>Rebranding</i> Pada PT Pintar Pemenang Asia.....	83
4.3.2. Peran <i>Public Relation</i> Pada PT Pintar Pemenang Asia.....	84
4.3.3. Langkah-Langkah Dalam Membangun Brand PINTAR	86
4.3.4. Kemitraan Global PT Pintar Pemenang Asia Dengan <i>Stakeholder</i>	89

BAB V PENUTUP	90
5.1. Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91
5.2.1 Saran Akademis.....	91
5.2.2 Saran Praktis.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Berita Swa Online “Pintaria Rebranding Untuk Berdayakan Angkatan Kerja” oleh Jeihan Kahfi Barlian, 17 Mei 2022.....	4
Gambar 1.2 Persentase Startup Edukasi Paling Populer di Indonesia	7
Gambar 4.1 Logo PT Pintar Pemenang Asia Sesudah <i>Rebranding</i>	57
Gambar 4.2 Logo PT Pintar Pemenang Asia Sebelum <i>Rebranding</i> (HarukaEdu)	57
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT Pintar Pemenang Asia.....	58
Gambar 4.4 Mitra Kerjasama (Universitas) PT Pintar Pemenang Asia.....	59
Gambar 4.5 Mitra Kerjasama (Perusahaan) PT Pintar Pemenang Asia.....	60
Gambar 4.6 Tampilan Produk Pintar <i>Skill</i>	61
Gambar 4.7 Tampilan Produk Prakerja.....	62
Gambar 4.8 Youtube: Video <i>Rebranding</i> PINTAR “Apa Cerita Pintarmu? Pintar X Arhan”.....	72
Gambar 4.9 Logo Lama (Kiri) dan Logo Baru Pintar (Kanan).....	76
Gambar 4.10 Berita Peluncuran <i>Platform</i> PINTAR.....	79
Gambar 4.11 Kegiatan Evaluasi yang dilakukan PINTAR.....	81

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	18
---------------------------------------------	----

