



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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
Pembimbing : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

ABSTRAK

PT Pintar Pemenang Asia (PINTAR) adalah perusahaan *education technology* yang sebelumnya bernama PT Haruka Evolusi Digital Utama (HarukaEdu) dan di dirikan pada tahun 2014. PINTAR adalah portal pendidikan *online* yang berfokus pada peningkatan keahlian kerja, program sarjana untuk kesempatan karier lebih luas, serta pelatihan SDM untuk korporasi dan komunitas yang lebih maju.

Tujuan dari penelitian ini yang hendak dicapai untuk mengetahui dan menjelaskan strategi *rebranding* PINTAR dalam mengembangkan produk dan membangun kemitraan global. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah *fact finding, planning, communicating, dan evaluating* yang dikemukakan oleh Cutlip, Center, dan Broom. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dengan narasumber internal dan eksternal. Key Informan dan Informan sebanyak 4 orang, dokumentasi dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa PINTAR melakukan strategi *rebranding* dengan konsep *repositioning, renaming, redesign, dan relaunch*. Strategi *repositioning* dilakukan dengan mengganti nama HarukaEdu yang cukup erat dikaitkan dengan Jepang, dengan PINTAR yang memiliki citra Indonesia. Strategi *renaming* dilakukan dengan mengganti nama *brand* menjadi PINTAR yang mudah diingat dan diucapkan guna meningkatkan *brand awarness* perusahaan. Strategi *redesign* dilakukan PINTAR dengan merubah logo perusahaan, dan memilih warna merah untuk logo desain produk, situs web, dan aplikasi. Strategi *relaunch* dilakukan oleh PINTAR melalui pemasaran secara *online* dan *on-ground*.

Kata Kunci : *Public Relation, Strategi Rebranding, Kemitraan.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Name : Syarifah Zainah
NIM : 44220010218
Study Program : Ilmu Komunikasi
Thesis Title : PT Pintar Pemenang Asia's Rebranding Strategy in Product
Development and Building Global Partnerships
Counsellor : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

ABSTRACT

PT Pintar Pemenang Asia (PINTAR) is an education technology company previously named PT Haruka Evolusi Digital Utama (HarukaEdu) and was founded in 2014. PINTAR is an online education portal that focuses on improving work skills, undergraduate programs for wider career opportunities, as well as HR training for corporations and more advanced communities.

The aim of this research is to find out and explain PINTAR's rebranding strategy in developing products and building global partnerships. This research uses descriptive research methods with a qualitative approach and a constructivist paradigm. The theories used are fact finding, planning, communicating, and evaluating presented by Cutlip, Center, and Broom. Data collection techniques were carried out using in-depth interviews with internal and external sources. 4 Key Informants and Informants, documentation and drawing conclusions or verification.

The results of this research can show that PINTAR carried out a rebranding strategy with the concepts of repositioning, renaming, redesign and relaunch. The repositioning strategy was carried out by changing the name HarukaEdu, which is closely associated with Japan, with PINTAR which has an Indonesian image. The renaming strategy was carried out by changing the brand name to PINTAR which is easy to remember and pronounce in order to increase the company's brand awareness. PINTAR carried out the redesign strategy by changing the company logo, and choosing red for the product, website and application design logo. The relaunch strategy was carried out by PINTAR through online and on-ground marketing.

Keyword : Public Relation, Rebranding Strategy, Partnership.