



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
SETELAH TERJADINYA *REBRANDING*
CROSS MENJADI EVERCOSS**

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Citra Sitta Juwita

11140110184

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2016**

**“Strategi Marketing Public Relations Setelah Terjadinya
Rebranding Cross Menjadi Evercross”**

Oleh Citra Sitta Juwita

Telah diujikan pada hari Kamis, tanggal 11 Agustus 2016,

Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan lulus

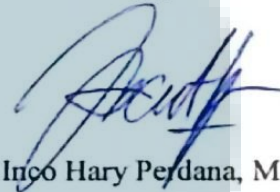
dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



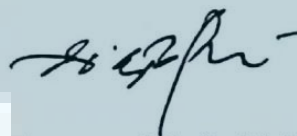
C. Eko Saputro, S.E., M.M

Penguji Ahli



Inco Hary Perdana, M.Si.

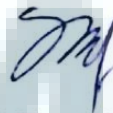
Dosen Pembimbing



Dian Anggraeni. S. S., M. Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN



Dr. Bherta Sri Eko, M., M. Si.

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM
PENYUSUNAN SKRIPSI**

Dengan ini saya:

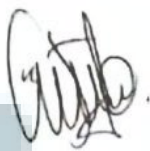
Nama	Citra Sitta Juwita
NIM	11140110184
Program Studi	Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa saya membuat skripsi dengan judul

**“STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS
DALAM PROSES REBRANDING CROS MENJADI EVERCOSS”**

Murni dikerjakan berdasarkan hasil penelitian yang telah di telusuri. Jika dikemudian hari terbukti terdapat kecurangan/penyimpangan dalam penulisan dan penelitian, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus dalam mata kuliah skripsi dan bersedia untuk mengulang.

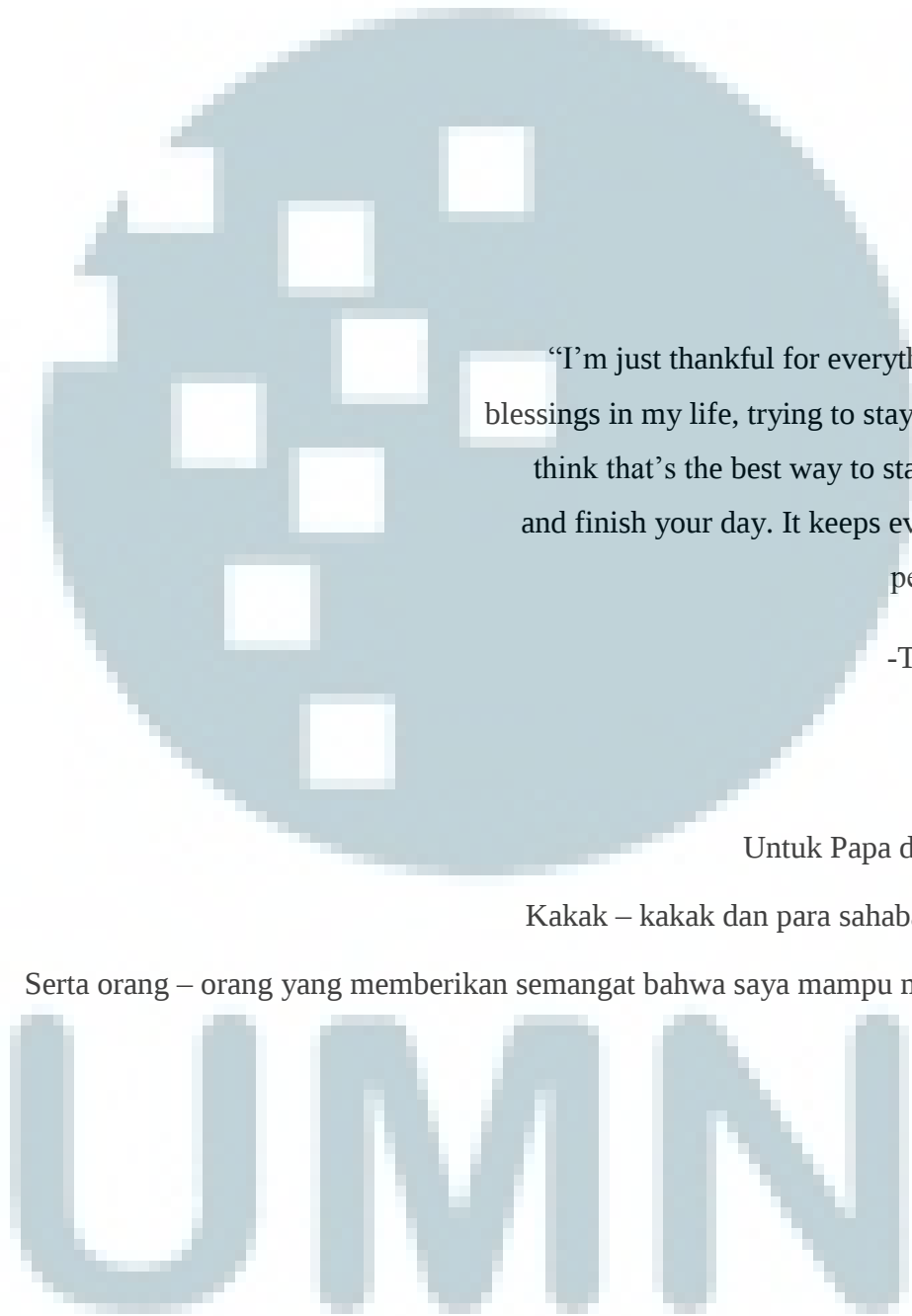
Tangerang, 18 Juli 2016,



Citra Sitta Juwita

UMN

HALAMAN PERSEMBAHAN



“I’m just thankful for everything, all the blessings in my life, trying to stay that way. I think that’s the best way to start your day and finish your day. It keeps everything in perspective.”

-Tim Tebow-

Untuk Papa dan Mama,

Kakak – kakak dan para sahabat terkasih

Serta orang – orang yang memberikan semangat bahwa saya mampu melampaui semua ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kedahirat Allah SWT yang dengan limpahan serta berkah dan ridho-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi demi mengejar gelar sarjana strata satu dengan judul “*Strategi Marketing Public Relations Dalam Proses Rebranding Cross Menjadi Evercoss*”.

Selama mengerjakan penelitian skripsi yang menghabiskan waktu dua semester, penulis sangat ingin mengucapkan terima kasih untuk orang-orang yang selama ini membantu proses penyelesaian skripsi:

1. Ibu Dian Anggraeni SS. M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah rela menyempatkan waktu dan sabar untuk membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih untuk semuanya Bu Dian.
2. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk maju ke tahap yang menjadi penentu selama di masa perkuliahan.
3. Bapak Inco Hary Perdana, M.Si selaku penguji dalam proses sidang berlangsung yang telah memberi kritik dan saran yang membangun kepada penelitian ini.
4. Bapak C. Eko Saputro, S. E., M.M selaku ketua sidang dalam penelitian ini.
5. Kezia Maresha dan Stefi Alhamda selaku informan dan key informan peneliti yang bersedia menyempatkan waktunya untuk berbagi cerita tentang PT Aries Indo Global dan menjelaskan perjalanan rebranding perusahaan.
6. Ibu Dahlia Sardjono yang telah berbaik hati untuk membantu peneliti dengan menjadi informan ahli dalam penelitian ini dan telah berbagi cerita tentang dunia *public relations*.

7. Untuk orang yang sangat teramat sabar menunggu peneliti menyelesaikan skripsi ini dan membantu segala kebutuhan yang diperlukan selama masa perkuliahan, dan telah mempercayai peneliti yaitu mama dan papa.
8. Untuk abang-abangku Bang Derry, Bang Dade, dan Bang Githa yang menjadi panutan dan penyemangat dalam menjalankan masa-masa kuliah, yang telah membantu apapun yang peneliti butuhkan.
9. *My special man*, Ais Nugraha yang rela membagi waktu untuk membantu peneliti bertemu dengan para informan, membantu menyelesaikan skripsi ini, dan mewarnai hari-hari selama proses pengerjaan skripsi dan masa-masa perkuliahan.
10. Muthia Nuradhiasty S.Ikom, yang telah bersedia menyempatkan waktu untuk selalu menemani peneliti bimbingan dan memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi serta sahabat super yang selalu siap mendengar keluh kesah peneliti.
11. Renita Nurafriani, Fitri Yuliani, Febri Yanti, Nuke Ghassani, Nadya Nissa kalian sahabat luar biasa yang sabar menunggu anak bungsu ini menyusul kalian supaya *photoshoot* kita pakai toga segera terlaksanakan. Terima kasih telah menjadi bagian hidup peneliti.
12. CS Family, yang hampir semuanya berjuang sama-sama untuk mendapatkan gelar strata satu. Terima kasih sudah menjadi keluarga yang tak sedarah.
13. Michelle Be, Edo, dan Gloria yang telah menjadi peneliti beruntung punya kalian di kampus. Karena kalian peneliti bisa menjalani hidup di kampus terasa berwarna.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa isi dan juga bentuk penyampaian serta penyajian penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti dengan hati yang lapang menerima segala bentuk masukan dan kritik yang membangun demi terciptanya hasil yang sempurna dari penelitian ini. Peneliti memiliki harapan agar penelitian ini dapat berguna bagi para pembaca, khususnya untuk mahasiswa dan mahasiswi Public Relations Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 24 Juli 2016

Citra Sitta Juwita

UMN

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS SETELAH TERJADINYA REBRANDING CROSS MENJADI EVERCROSS

ABSTRAK

Oleh : Citra Sitta Juwita

Skripsi ini membahas tentang strategi *marketing public relations* (MPR) setelah terjadinya *rebranding* Cross menjadi Evercross. Menjangkau pasar internasional, menysasar target ke status yang lebih tinggi dari sebelumnya adalah merupakan hal yang paling besar dalam melatarbelakangi proses *rebranding* terjadi. *Rebranding* memberikan identitas baru yang dapat mengubah dan meningkatkan image Evercross. Untuk mencapai tujuan tersebut, PT Aries Indo Global menggunakan strategi MPR dalam proses *rebranding* yang sudah terjadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi *rebranding* melalui strategi MPR, kegiatan apa saja yang telah membantu untuk mendorong brand yang baru. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif untuk mendapatkan data yang deskriptif kata-kata tertulis dan lisan, sehingga menghasilkan uraian mendalam mengenai strategi MPR setelah terjadinya *rebranding*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kegiatan MPR yang dilakukan berhasil dalam tingkat produk, akan tetapi kurang optimal dalam menyusun perencanaan antara perusahaan dengan internal.

Keywords: *Marketing Public Relations, Rebranding, PT Aries Indo Global, Evercross*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
BAB II : KERANGKA KONSEP	
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Public Relations	22
2.2.1 Definisi Public Relations	22
2.2.2 Keterkaitan Marketing dan PR.....	22
2.2.3 Keberadaan PR Dalam Marketing	25
2.3 Marketing Public Relations.....	26
2.3.1 Definisi MPR	26
2.3.2 Keuntungan MPR.....	30
2.3.3 Peran MPR	32
2.3.4 Manfaat MPR.....	34
2.3.5 MPR Values	35
2.3.6 Strategi Model Perencanaan MPR	40

2.4 Brand	45
2.5 Rebranding	47
2.5.1 Model Of Rebranding Process	48
2.5.2 Tahapan Strategi Rebranding.....	51
2.5.3 Tahapan Fase Rebranding	54
2.5.4 Tujuan Rebranding.....	56
2.6 Alur Pemikiran	57
 BAB III : METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	59
3.2 Metode Penelitian	61
3.3 Key Informan dan Informan.....	63
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.5 Keabsahan Data.....	68
3.6 Teknik Analisis Data.....	70
3.7 Fokus Penelitian	71
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	72
4.1.1 Sejarah Singkat Cross Mobile.....	72
4.1.2 Sejarah Evercoss	74
4.2 Hasil Penelitian	78
4.2.1 Alasan dan Motivasi Rebranding Cross Menjadi Evercoss ..	78
4.2.2 Perubahan Yang Terjadi Antara Cross dan Evercoss	81
4.2.3 Manfaat MPR Setelah Terjadinya Rebranding Evercoss.....	86
4.3 Pembahasan.....	87
4.3.1 Situation Analysis	87
4.3.2 Objectives.....	89
4.3.3 Strategy	90
4.3.4 Targets.....	94
4.3.5 Messages	96

4.3.6 Tactics	97
4.3.7 Evaluation	100
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran.....	103
Daftar Pustaka	104
Lampiran	108

UMN