

**STRATEGI *CORPORATE REBRANDING* PERPUSTAKAAN
PUBLIK DALAM MEMBANGUN *CORPORATE IMAGE*
(STUDI KASUS PADA PERPUSTAKAAN JAKARTA)**



TESIS

FAJARIKA RAHMAWATI

0000099519

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**STRATEGI CORPORATE REBRANDING
PERPUSTAKAAN PUBLIK DALAM MEMBANGUN
CORPORATE IMAGE (STUDI KASUS PADA
PERPUSTAKAAN JAKARTA)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.Ikom)

Fajarika Rahmawati

0000099519

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Fajarika Rahmawati

Nomor Induk Mahasiswa : 00000099519

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Jenjang : S2

Tesis dengan judul:

**STRATEGI CORPORATE REBRANDING PERPUSTAKAAN
PUBLIK DALAM MEMBANGUN CORPORATE IMAGE (STUDI KASUS
PADA PERPUSTAKAAN JAKARTA)**

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, September 2024



Fajarika Rahmawati

HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis dengan judul
**STRATEGI CORPORATE REBRANDING PERPUSTAKAAN
PUBLIK DALAM MEMBANGUN CORPORATE IMAGE (STUDI
KASUS PADA PERPUSTAKAAN JAKARTA)**

Oleh

Nama : Fajarika Rahmawati
NIM : 00000099519
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Tesis Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 25 September 2024

Pembimbing I

Pembimbing II,



Dr. Bherta Sri Eko Murtiningsih, M.Si.
NIDN: 0301036603



Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si.
NIDN: 0404038205

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Ignatius Haryanto Djoewanto, S.Sos., M.Hum.

NIDN: 0323036905

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul

**STRATEGI CORPORATE REBRANDING PERPUSTAKAAN
PUBLIK DALAM MEMBANGUN CORPORATE IMAGE (STUDI
KASUS PADA PERPUSTAKAAN JAKARTA)**

Oleh

Nama : Fajarika Rahmawati
NIM : 00000099519
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 1 Oktober 2024
Pukul 14.00 s.d 16.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang,



Dr. Ignatius Haryanto Djoewanto, S.Sos., M.Hum.

NIDN: 0323036905

Pembimbing I,



Dr. Bherta Sri Eko Murtiningsih, M.Si.

NIDN: 0301036603

Penguji,



Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0322118702

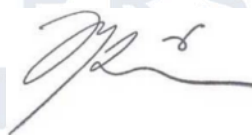
Pembimbing II,



Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0404038205

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi,



Dr. Ignatius Haryanto Djoewanto, S.Sos., M.Hum.

NIDN: 0323036905

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fajarika Rahmawati
NIM : 00000099519
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Jenjang : S2
Judul Karya Ilmiah :

STRATEGI *CORPORATE REBRANDING* PERPUSTAKAAN PUBLIK DALAM MEMBANGUN *CORPORATE IMAGE* (STUDI KASUS PADA PERPUSTAKAAN JAKARTA)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 27 September 2024



Fajarika Rahmawati

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Ignatius Haryanto Djoewanto, S.Sos., M.Hum., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara sekaligus Ketua Sidang yang telah memimpin proses sidang tesis dapat berjalan dengan baik dan lancar.
4. Dr. Bherta Sri Eko Murtiningsih, M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan kesabaran yang luas dalam terselesainya tesis ini.
5. Dr. Nuria Astagini, S.Sos, M.Si., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang tiada henti atas terselesainya tesis ini.
6. Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si., sebagai Penguji yang telah memberikan berbagai masukan dan perbaikan
7. Ibuk, Bapak, Mba Pit, dan Adek Gus yang sudah memberikan dukungan, semangat dan doa yang tiada henti untuk kelancaran perjalanan studi magister penulis hingga selesai dan tentunya *my one-and-only, a cherished companion*, terima kasih ♥.
8. Rekan-rekan di Perpustakaan UMN, khususnya Manajer Perpustakaan UMN, Mba Orisa Mahardhini, yang telah mengizinkan penulis untuk melanjutkan studi di tengah-tengah kesibukan unit kerja serta telah memberikan wejangan, dukungan dan juga menjadi inspirasi tersendiri bagi penulis; dan Mas & Mba Perpustakaan UMN yang selalu menciptakan lingkungan yang positif, menyenangkan dan *supportive* untuk penulis dalam keseharian dan sepanjang studi.

9. Teman-teman MIKOM Batch 4 seperjuangan yang sudah memberikan motivasi dan berjuang bersama.

Akhir kata, semoga tesis ini tidak hanya menjadi syarat studi semata, tetapi juga menjadi sumbangsih kecil yang dapat bermanfaat dan menginspirasi dalam upaya pencarian ilmu dan juga menciptakan perubahan yang berarti.

Tangerang, Oktober 2024



Fajarika Rahmawati

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**STRATEGI CORPORATE REBRANDING
PERPUSTAKAAN PUBLIK DALAM MEMBANGUN
CORPORATE IMAGE (STUDI KASUS PADA
PERPUSTAKAAN JAKARTA)**

Fajarika Rahmawati

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi *corporate rebranding* Perpustakaan Jakarta dan perannya dalam membangun *corporate image* yang positif sebagai perpustakaan publik dibawah naungan pemerintahan daerah. Di era di mana institusi publik menghadapi tantangan dalam mempertahankan relevansinya, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi *corporate rebranding* dapat berperan pada keterlibatan masyarakat dan persepsi layanan sehingga menimbulkan citra lembaga yang positif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara staf Perpustakaan Jakarta yang terlibat dalam proses *rebranding* dan implementasinya. Temuan utama menunjukkan bahwa tahapan *corporate rebranding*— yakni *trigger*, *brand revision*, *rebranding strategy implementation*, *stakeholder buy-in*, hingga *outcomes* berperan pada keberhasilan citra Perpustakaan Jakarta yang #SedekatItu. Nilai-nilai baru yang dipegang oleh Perpustakaan Jakarta juga menghasilkan semangat literasi dengan menyebarkan “belajar, berkarya, bertumbuh” pada masyarakat dan pengguna perpustakaan. Sebagai kesimpulan, Perpustakaan Jakarta memiliki fokus pada peningkatan pengalaman pengguna, keterlibatan masyarakat dan pemanfaatan media sosial dalam menyebarkan identitas dan nilai perpustakaan yang baru telah menciptakan persepsi perpustakaan yang segar dan baru di benak masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *corporare rebranding* yang efektif dapat mengubah perpustakaan publik menjadi pusat komunitas yang dinamis, memperkuat hubungan dengan pengguna dan menegaskan nilai sosialnya. Temuan ini juga memberikan model penelitian bagi perpustakaan publik lain atau lembaga non-profit yang ingin memperbarui *corporate image* mereka melalui strategi yang tepat.

Kata kunci: *corporate rebranding*, perpustakaan, Perpustakaan Jakarta, *corporate image*

***CORPORATE REBRANDING STRATEGY OF PUBLIC
LIBRARY IN BUILDING CORPORATE IMAGE
(CASE STUDY OF PERPUSTAKAAN JAKARTA)***

Fajarika Rahmawati

ABSTRACT (English)

This study examines the corporate rebranding strategy of the Jakarta Library and its role in building a positive corporate image as a public library under the auspices of the local government. In an era where public institutions face challenges in maintaining their relevance, this study aims to understand how corporate rebranding strategies can play a role in community engagement and service perceptions, thereby creating a positive institutional image. This study uses a qualitative approach with data collection methods through interviews with Jakarta Library staff involved in the rebranding process and its implementation. The main findings show that the stages of corporate rebranding—namely trigger, brand revision, rebranding strategy implementation, stakeholder buy-in, and outcomes—play a role in the success of the Jakarta Library's #SedekatItu image. The new values held by the Jakarta Library also generate a spirit of literacy by spreading "learning, creating, growing" to the community and library users. In conclusion, the Jakarta Library's focus on improving user experience, community engagement, and using social media to spread the library's new identity and values has created a fresh and new perception of the library in the public's minds. This study shows that an effective corporate rebranding strategy can transform a public library into a dynamic community center, strengthening user relationships and affirming its social value. These findings also provide a research model for other public libraries or non-profit institutions that want to renew their corporate image through appropriate strategies)

Keywords: *corporate rebranding, library, Perpustakaan Jakarta, corporate image*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT (English)	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Akademis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	11
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Tabel Penelitian Terdahulu	13
2.3 Teori atau Konsep.....	22
2.4 Alur Penelitian	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	32

3.3	Metode Penelitian	33
3.4	Partisipan	34
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6	Teknis Keabsahan Data.....	36
3.7	Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Subjek/Objek Penelitian.....	38
4.2	Hasil Penelitian	42
4.3	Pembahasan	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		97
5.1	Simpulan 97	
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	98
5.3	Saran 98	
	5.3.1 Saran Akademis.....	98
	5.3.2 Saran Praktis	98
DAFTAR PUSTAKA.....		100
LAMPIRAN		107
.....		199

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Matriks partisipan penelitian	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Artikel tentang modernisasi Perpustakaan Jakarta	5
Gambar 1. 2 Artikel tentang "wajah baru" Perpustakaan Jakarta.....	6
Gambar 1. 3 Artikel tentang Perpustakaan Jakarta menjadi sport masa kini	6
Gambar 1. 4 Artikel tentang Perpustakaan Jakarta yang menjadi ruang ketiga	7
Gambar 1. 5 Artikel tentang transformasi Perpustakaan Jakarta.....	8
Gambar 2. 1 Jenis corporate brand.....	23
Gambar 2. 2 Proses <i>corporate branding</i>	24
Gambar 2. 3 Model Corporate Rebranding (Miller, 2014)	27
Gambar 2. 4 Proses perencanaan program dan campaign.....	28
Gambar 3. 1 Desain penelitian studi kasus K. Yin (2018)	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Panduan Wawancara	107
Lampiran B. Transkrip Wawancara	111
Lampiran C. Hasil Uji Turnitin	191
Lampiran D. Surat Izin Penelitian	197
Lampiran E. Consent Form Partisipan Penelitian	198
Lampiran F. Formulir Konsultasi Tesis	199
Lampiran G. Curriculum Vitae.....	201

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

