

STRATEGI KOMUNIKASI PERUBAHAN LOGO MELALUI PEMOSISIAN PRODUK *SOUR SALLY*

Oleh:

Nama : Audrey

NIM : 68120079

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Marketing Communication*



INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2016

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

STRATEGI KOMUNIKASI PERUBAHAN LOGO MELALUI PEMOSISIAN PRODUK *SOUR SALLY*

Diajukan Oleh :


Nama : Audrey

NIM : 68120079

Jakarta, 27 September 2016

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing



(Glorya Agustiningsih S.Sos., M.Si.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2016



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Audrey / 68120079 / 2016 / Strategi Komunikasi Perubahan Logo Melalui Pemosisian Produk *Sour Sally* / Glorya Agustiningsih, S.Sos., M.Si.

Dalam era hiperkompetisi seperti sekarang ini, konsumen dihadapkan pada begitu banyak pilihan, oleh karena itu sebuah merek harus pandai dalam membentuk persepsi konsumen atas produk atau jasa mereka agar dikenali kekuatannya. Salah satu strategi perubahan yang dilakukan adalah mengubah atau memperbaharui suatu identitas merek yang ada pada perusahaan yaitu logo. Logo merupakan seperangkat gambar atau huruf yang diciptakan untuk mengidentifikasi kepemilikan, keorisinilan, ataupun asosiasi. Melalui penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana *Sour Sally* mengkomunikasikan strategi pemosisian produknya melalui logo baru dalam membentuk citra merek.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori dan konsep yang berhubungan dengan pembahasan penelitian skripsi ini yaitu merek, strategi komunikasi dalam pemosisian produk, dan logo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi perubahan logo melalui pemosisian produk *Sour Sally*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif bermaksud agar peneliti dapat menggambarkan suatu fenomena atau program yang dilakukan. Teknik pengumpulan data diperoleh dari wawancara mendalam kepada empat orang informan, melakukan observasi non partisipan, studi dokumentasi, dan studi pustaka.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi perubahan logo melalui pemosisian produk berhasil membentuk citra yang baik di benak konsumen. *Sour Sally* memiliki pemosisian produk yang berbeda dengan produk yang lainnya yaitu sebagai merek yang memiliki produk yogurt beku hitam pertama di dunia dan memiliki produk yang dapat menghilangkan racun dalam tubuh.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah secara keseluruhan, strategi pemosisian produk yang dijalankan oleh *Sour Sally* berjalan dengan baik dan sangat terencana. Pada penelitian ini, peneliti melihat bahwa setiap strategi komunikasi yang diterapkan berkaitan dengan logo baru yang ditampilkan. Strategi tersebut berhasil membentuk citra merek yang baik di benak konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Tidak Cipta milik IBIKGG
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemosisian Produk Sour Sally Dalam Membentuk Citra Merek Melalui Logo Baru”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan peneliti.

Selama menyusun skripsi ini, peneliti mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak M.R.Y. Deavvy Johassan, S.Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan dan pengarahan kepada peneliti.
2. Ibu Glorya Agustiningsih, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing peneliti dengan penuh kesabaran lebih dalam memberikan arahan, pandangan, kritik, dan saran yang sangat berguna bagi peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie khususnya para Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengajaran dan ilmu-ilmu kepada peneliti sehingga peneliti dapat memperoleh bekal dalam penyusunan skripsi ini.
4. Kedua Orang Tua, Adik, dan Oma peneliti yang selalu memberikan doa dan dukungan yang begitu luar biasa kepada peneliti, baik secara materi maupun non materi.



5. Handry Timotius yang selalu memberi semangat dan dukungan terus-menerus dalam segala situasi saat penyusunan skripsi ini, yang selalu mengantar peneliti dalam mencari referensi dan teori-teori untuk kelengkapan skripsi, yang selalu membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Pak Sour Sally, khususnya kepada Pak Donny Pramono, Mba Ifa, dan Pak Todi. Yang memberikan izin kepada peneliti agar diperbolehkan mengambil topik skripsi mengenai Sour Sally dan memberikan informasi mengenai Sour Sally lebih mendalam kepada peneliti.

7. Ronaldo, Syanne, Amel, Cathrine, Gabriela, Geoffrey, Ricky dan teman-teman lainnya yang selalu memberikan semangat dan bantuan kepada peneliti.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan penulisan, nama, atau gelar. Peneliti juga mohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 22 Agustus 2016

Penulis,

Audrey



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Identifikasi Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat Akademis.....	8
2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II. KAJIAN PUSATAKA dan KERANGKA KONSEP.....	9
A. Landasan Teoritis.....	9
1. Komunikasi.....	9
a. Pengertian.....	9
b. Unsur-unsur Komunikasi.....	11
c. Komunikasi Pemasaran.....	12
2. Merek (<i>Brand</i>).....	13

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Pengertian Merek.....	13
b. Manfaat Merek.....	15
c. Strategi Merek.....	17
d. Proses Pemberian Nama Merek.....	19
3. Identitas Merek (<i>Brand Identity</i>).....	21
4. Ekuitas Merek.....	24
a. <i>Brand Awareness</i>	24
b. <i>Brand Loyalty</i>	26
c. <i>Brand Association</i>	28
d. <i>Perceived Quality</i>	28
5. <i>Rebranding</i> (Pemberian Nama Merek Ulang).....	29
a. Pembahasan.....	29
b. Faktor Pendorong Aktivitas <i>Rebranding</i>	32
c. Proses <i>Rebranding</i>	34
d. Kriteria Pokok Dalam <i>Rebranding</i>	36
6. Logo.....	36
7. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	38
a. Pengertian.....	38
b. Proses Terbentuknya Citra Merek.....	41
c. Elemen Citra Merek.....	42
8. <i>Positioning</i> (Pemosisian Produk)	44
a. Pengertian.....	45
b. Langkah-langkah Dalam <i>Positioning</i>	47
9. <i>Repositioning</i>	49
a. Pengertian.....	49
b. Alasan <i>Repositioning</i>	50

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Tujuan <i>Repositioning</i>	51
(C) B. Penelitian Terdahulu.....	53
C. Kerangka Pemikiran.....	56
BAB III. METODE PENELITIAN.....	58
A. Subyek Penelitian.....	58
B. Desain Penelitian.....	59
C. Jenis Data.....	63
1. Data Primer.....	63
2. Data Sekunder.....	65
D. Teknik Pengumpulan Data	66
E. Teknik Analisis Data.....	70
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
A. Gambaran Umum <i>Sour Sally</i>	74
B. Analisis dan Pembahasan.....	80
1. Strategi Komunikasi Perubahan Logo Melalui Pemosisian Produk <i>Sour Sally</i>	81
a. <i>Positioning</i> Menurut Atribut.....	82
b. <i>Positioning</i> Menurut Manfaat.....	86
c. <i>Positioning</i> Menurut Penerapan.....	90
d. <i>Positioning</i> Menurut Pemakai.....	91
e. <i>Positioning</i> Menurut Pesaing.....	93
f. <i>Positioning</i> Menurut Produk.....	95
2. Citra Merek Yang Terbentuk Dari Strategi Komunikasi Perubahan Logo.....	97
C. Hasil Penelitian.....	104

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perubahan Logo <i>Sour Sally</i>	5
Gambar 2.1 Model Proses <i>Rebranding</i>	34
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	57
Gambar 3.1 Siklus Analisis Data Penelitian Kualitatif Model Interaktif.....	72
Gambar 4.1 <i>Outlet Sour Sally</i> di Mal Kelapa Gading pada tanggal 20 Juli 2016.....	81
Gambar 4.2 <i>Outlet Sour Sally</i> di Senayan City pada tanggal 22 Juli 2016.....	82
Gambar 4.3 Antrian Konsumen <i>Sour Sally</i> di Senayan City tanggal 29 Juli 2016.....	100
Gambar 4.4 Suasana Yang Ada Di <i>Outlet</i> Senayan City pada tanggal 29 Juli 2016.....	101



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKGG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Informan 1.....	120
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Informan 2.....	126
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Informan 3.....	131
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Informan 4	134
Lampiran 5. Dokumentasi Pengambilan Data Wawancara Dengan Informan.....	137
Lampiran 6. Dokumentasi Peneliti.....	139

© Hak cipta milik BIK KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKGG.