



**STRATEGI REBRANDING YANG DILAKUKAN MPM BEAUTY  
PADA BRAND ANIMATE UNTUK MENENTUKAN  
IDENTITAS BRAND**

Oleh:

**Nama: Weng Yunna**

**NIM: 67180470**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Marketing Communication



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Februari 2022**

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

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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

## PENGESAHAN

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

# **STRATEGI *REBRANDING* YANG DILAKUKAN MPM *BEAUTY* PADA *BRAND* ANIMATE UNTUK MENENTUKAN IDENTITAS *BRAND***

**Diajukan Oleh:**

**Nama: Weng Yunna**

**NIM: 67180470**

Jakarta, Februari 2022

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing,

(Deavvy M.R.Y Johassan S.Sos., M.Si)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Februari 2022**

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.



## ABSTRAK

Weng Yunna / 67180470 / 2022 / Strategi *Rebranding* yang Dilakukan MPM *Beauty* pada *Brand* *Animate* untuk Menentukan Identitas *Brand* / Deavvy M.R.Y Johassan S.Sos., M.Si.

Siring dengan berkembangnya teknologi dan informasi yang semakin canggih. Maka semakin berkembang pesat juga industri kecantikan di pelosok dunia. Meningkatnya permintaan masyarakat terhadap kebutuhan produk-produk kecantikan. Menjadikan pemilik *brand* berlomba-lomba untuk menunjukkan potensi yang mereka miliki terhadap produk jual mereka.

Bagaimana pemilik *brand* bisa menyajikan sesuatu yang baru sesuai dengan kebutuhan masyarakat seperti memberikan solusi untuk persoalan pada kulit wajah mereka. Hal ini bertujuan agar mereka tidak tertinggal oleh kompetitor sehingga selalu melakukan *upgrade* baik dari sisi *branding* dan melakukan proses *rebranding* untuk meningkatkan penjualan.

Seperi *brand* *Animate* yang saat ini sedang melakukan proses *rebranding* untuk menghasilkan konten, dan produk-produk yang berkualitas dibantu oleh *partner* bisnisnya yaitu MPM *Beauty* dengan tujuan untuk memaksimalkan identitas brand *Animate*.

Bagaimanakah strategi yang dilakukan oleh MPM *Beauty* untuk mendukung popularitas *brand* *Animate* yang dinilai memiliki potensi yang baik karena dapat menjual produk pertamanya yaitu *Facial Essense Serum* secara *offline* dan nyaris terjual habis dipasaran.

Sebelumnya *Animate* belum menggunakan sosial media apapun untuk melakukan *branding*. MPM *Beauty* membantu proses *rebranding* pada sosial media instagram *Animate* melalui konsep visual desain yang lebih menarik. MPM *Beauty* juga membantu untuk melakukan *rebranding* pada desain logo dimana yang sebelumnya *Animate* memiliki desain logo dengan kolaborasi warna yang tidak mengandung makna dari *brand* *Animate* sendiri, serta jenis *font* pada logo *Animate* yang masih sangat berantakan karena menggunakan jenis *font* yang berbeda-beda.

**Keyword: Brand, Rebranding, Identitas Brand, Animate, MPM Beauty**

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRACT

Weng Yuna / 67180470 / 2022 / Rebranding Strategy conducted by MPM Beauty on Brand Animate to Determine Brand Identity / Deavy M.R.Y Johassan S.Sos., M.Si.

Along with the development of increasingly sophisticated technology and information. So the beauty industry is growing rapidly in remote corners of the world. Increasing public demand for the needs of beauty products. Make brand owners vying to show the potential they have for their selling products.

How brand owners can present something new according to the needs of the community, such as providing solutions to problems on their facial skin. This is intended so that they are not left behind by competitors so that they always upgrade both in terms of branding, and carry out a rebranding process to increase sales.

Like the Animate brand, which is currently undergoing a rebranding process to produce content, and quality products, assisted by its business partner, MPM Beauty, with the aim of maximizing Animate's brand identity.

What is the strategy carried out by MPM Beauty to support the popularity of the Animate brand which is considered to have good potential because it can sell its first product, Facial Essence Serum, offline and almost sold out in the market.

Previously, Animate had not used any social media for branding. Then MPM Beauty helped the rebranding process on Animate's Instagram social media through a more attractive visual design concept. To improve Animate's branding performance, MPM Beauty also helped to rebrand the logo design where previously Animate had a logo design with color collaborations that did not contain the meaning of the Animate brand itself, as well as the font type on the Animate logo which was still very messy because it used a different type of font. vary.

**Keyword: Brand, Rebranding, Brand Identity, Animate, MPM Beauty**



## KATA PENGANTAR

Puji dan Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, hidayah-Nya karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis memahami bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis melibatkan banyak pihak yang ikut serta membantu baik dalam memberikan saran dan kritik untuk membangun laporan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Karena itu penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih kepada semua yang sudah terlibat dalam proses pengerjaan skripsi ini terutama kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan banyak rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan pengerjaan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Orang Tua yang telah memberikan *support*, memberikan banyak masukan, dan selalu mendoakan penulis dalam pengerjaan skripsi ini sehingga penulis bisa termotivasi dan tetap bersemangat sampai skripsi ini selesai.
3. Bapak Imam Nuryo, S.Sos., MA(Comms) Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan serta mendengar masukan dari mahasiswa/i Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Deavvy M.R.Y Johassan S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah senantiasa membantu, menasehati, memberikan masukan kepada penulis dalam tahap pengerjaan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan



baik. Terima kasih sebesar-besarnya karena telah sabar dan bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan banyak ilmu nya baik dalam proses pembelajaran di dalam kelas maupun di luar kelas sebagai dosen pembimbing.

5. Ibu Glorya Agustiningih, S.Sos., Ibu Siti Meisyaroh, S.Sos., M.Soc.Sc., Bapak RTS Masli, Drs., MBA, Ibu Tanty Dewi Permassanty serta dosen-dosen pada Jurusan Ilmu Komunikasi lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

6. Bapak Raphael Michael sebagai CEO MPM Beauty dan sebagai narasumber dalam pengerjaan skripsi ini sehingga penulis bisa mendapatkan data yang *real* dan bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.

7. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2018 terutama Shearent Lie, Dewi Wijaya, Fedora, Shane Vincent, Sheli Indriani yang telah berperan penting baik dalam pengerjaan tugas-tugas di kampus ataupun dalam pengerjaan skripsi ini sehingga penulis bisa mendapatkan banyak referensi, masukan dan saran untuk menyelesaikan tugas demi tugas dengan baik terutama tugas skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan mereka pengerjaan skripsi ini tidak bisa berjalan dengan baik. Sehingga penulis sangat berterima kasih atas waktu yang sudah diluangkan untuk membantu penulis mengerjakan skripsi ini baik secara langsung ataupun tidak langsung. Penulis juga meminta maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini yang disengaja ataupun yang disengaja. Penulis berharap penulisan skripsi ini bisa berguna bagi seluruh pihak yang membacanya.

Jakarta, Februari 2022

Penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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 IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**DAFTAR ISI**

**PENGESAHAN** ..... 2

**ABSTRAK** ..... 3

**ABSTRACT** ..... 4

**KATA PENGANTAR** ..... 5

**DAFTAR GAMBAR** ..... 9

**DAFTAR LAMPIRAN** ..... 10

**BAB I** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**PENDAHULUAN** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**A. Latar Belakang Masalah** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**B. Rumusan Masalah** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**C. Identifikasi Masalah** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**D. Tujuan Penelitian** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**E. Manfaat Penelitian**..... **Error! Bookmark not defined.**

    1. Manfaat Akademis..... **Error! Bookmark not defined.**

    2. Manfaat Praktis..... **Error! Bookmark not defined.**

**BAB II** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**KAJIAN PUSTAKA** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**A. Landasan Teoritis**..... **Error! Bookmark not defined.**

    1. Komunikasi Pemasaran (Marketing Comunication)..... **Error! Bookmark not defined.**

    2. *Branding*..... **Error! Bookmark not defined.**

    3. *Rebranding*..... **Error! Bookmark not defined.**

    4. Retorika Visual..... **Error! Bookmark not defined.**

**B. Penelitian Terdahulu** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**C. Kerangka Pemikiran** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**BAB III** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**METODE PENELITIAN**..... **Error! Bookmark not defined.**

**A. Subjek Penelitian** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**B. Desain Penelitian** ..... **Error! Bookmark not defined.**

**C. Jenis Data**..... **Error! Bookmark not defined.**





D. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Analisis Data .....	Error! Bookmark not defined.
1. Reduksi Data ( <i>Data Reduction</i> ) .....	Error! Bookmark not defined.
2. Penyajian Data ( <i>Display</i> ) .....	Error! Bookmark not defined.
3. Verifikasi Data ( <i>Conclusions drawing/Verifying</i> ) .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Gambaran Umum.....	Error! Bookmark not defined.
Induk Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
Latar Belakang Animate.....	Error! Bookmark not defined.
B. Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
Strategi <i>Rebranding</i> MPM <i>Beauty</i> melalui Sosial Media Animate.....	Error! Bookmark not defined.
Strategi <i>Rebranding</i> MPM <i>Beauty</i> pada Logo Animate.....	Error! Bookmark not defined.
C. <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Proses <i>rebranding</i> pada sosial media.....	Error! Bookmark not defined.
2. Proses <i>rebranding</i> pada logo Animate.....	Error! Bookmark not defined.
3. Proses <i>rebranding</i> pada desain kemasan produk <i>Facial Essence</i> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB V</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Kesimpulan .....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.  
 a. Pengutipannya 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.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Komunikasi Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.2	Proses Komunikasi Word of Mouth .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.3	Branding Wardah Beauty.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.4	Branding Elsheskin.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.5	Rebranding Brand Everwhite.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.6	Rebranding Brand Hanasui.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.7	Rebranding Brand Mineral Botanica.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.8	Pantone dalam Desain Grafis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.9	Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.1	Logo Animate .....	47
Gambar 4.2	Instagram Animate .....	49
Gambar 4.3	Postingan Instagram Animate yang Menampilkan Logo Lama .....	51
Gambar 4.4	Penambahan Logo Animate pada Postingan Feeds Instagram .....	52
Gambar 4.5	Tata Letak Logo di Sebelah Kiri Bagian Atas Instagram Animate .....	53
Gambar 4.6	Tata Letak Logo di Bagian Atas Tengah Feeds Instagram Animate .....	54
Gambar 4.7	Perubahan Desain Warna dan Tata Letak Logo Animate .....	55
Gambar 4.8	Desain Kemasan Facial Essence Animate Lama dan Baru .....	56
Gambar 4.9	Postingan Instagram Facial Essence Lama vs Baru .....	57
Gambar 4.10	Postingan Instagram Animate pertama Menggunakan Model	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.11	Postingan Instagram Animate dengan Model Kedua ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.12	Postingan Instagram Animate Menggunakan Model Ketiga	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.13	Postingan Instagram Animate Menggunakan Model Keempat	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.14	Postingan Instagram Animate Menggunakan Model Kelima	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.15	Visual Desain Konten Giveaway Instagram Animate..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.16	Rebranding Visual Warna Merek.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.17	Logo Animate Baru Menggunakan Font Belezza Regular	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.18	Logo Animate dengan Simbol Registered .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.19	Postingan Instagram Animate Sebelum Rebranding	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.20	Desain Sosial Media Baru Animate .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.21	Konsep Desain Ekstrim Animate .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.22	Logo Animate Sebelum Dilakukan Rebranding	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.23	Animate Memperkenalkan Logo Baru Melalui Postingan Instagram....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Gambar 4.24 Desain Logo Merek Animate Lama Sebelum Rebranding **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.25 Desain Logo Merek Animate Sesudah Rebranding **Error! Bookmark not defined.**

**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.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Transkrip Wawancara .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2	Dokumentasi Foto Wawancara Pertama .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3	Dokumentasi Foto Wawancara Kedua.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>