

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rayka Diah Setianingrum

NIM : 20130530232

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi *Public Relations* Perusahaan dalam *Rebranding* Produk (Studi Kasus *Rebranding* Speedy menjadi IndiHome PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Witel Yogyakarta).

Menerangkan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari karya ini terbukti merupakan hasil plagiat/ menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, Agustus

2017

Rayka Diah Setianingrum

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sebagai bentuk syukur, tanggung jawab dan terimakasih saya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dengan rasa bahagia saya persembahkan karya ini kepada :

- Allah SWT

Yang senantiasa memberikan rahmat dan karunianya dan mendengarkan doa-doa saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

- Mamah dan Papah

Yang tak henti-hentinya berdoa untuk kesuksesan anak-anaknya. Serta selalu memberikan dukungan moril maupun materil dan juga mamah yang selalu dengerin keluh kesahku selalu memberikan motivasi hingga aku terus semangat.

- Keluarga besar saya

Teruntuk mbah yoh & mbah kakung tercinta terimakasih telah hadir dalam hidupku, Bulik Ni, Bulik Titi, Om Anas, Om Imam terimakasih telah memotivasi dan memberi dukungan buatku.

- Adikku, the one and only Rayna Puspita thanks for always support me, menemani dalam kesulitan. Love you...

- Temanku Hanik Atum Mariah yang selalu setia mendengar dan merespon semua curhatan gak jelasku, guru ngaji terasik yang pernah ku temui.

- Anissa Yusmaniar makasih udah mau nemenin aku kemana aku pergi.
- Nimas Putri Utami, thanks mba Mo udah selalu kasih masukan positive dan nasehatin buat jangan tergoda dengan rayuan laki-laki.
- Adinda Rizki Amanda yang udah berjuang sama-sama dari magang sampe skripsi selesai.
- Junika Widiastuti, kamu adalah teman tersabar yang pernah ku kenal makasih Junika buat nasehat-nasehat gila nya.
- Deris Noviandi, kawan di kala susah dan senang makasih udah bantu aku selama di Jogja ini.
- Dioritania dan Izza Hamzah temen bimbingan bareng dan gila bareng tanpa kalian bimbingan ini tidak akan berwarna.
- Dan terimakasih buat special someone di hidupku yang udah bikin aku termotivasi buat menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum. Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar tepat waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti.

Tiada kata yang dapat penulis ucapkan selain rasa syukur, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Startegi *Public Relations* Perusahaan dalam *Rebranding* Produk (Studi Kasus *Rebranding* Speedy menjadi IndiHome PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Witel Yogyakarta)” sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan program Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Taufiqur Rahman, S.IP., MA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn. selaku dosen penguji I.
3. Ibu Firly Annisa, S.IP., MA. selaku dosen penguji II.

4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya selama kurang lebih empat tahun ini.
5. Kedua orang tua penulis dan keluarga besar penulis.
6. Tak lupa pula penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak perusahaan dan juga infoman-informna terkait lainnya yang telah banyak membantu baik itu untuk penyusunan skripsi ini.

Penulis akui masih banyak kesalahan dalam penyusunan skripsi ini, apabila nantinya terdapat kekeliruan dalam penyusunan skripsi ini penulis sangat mengharapkan kritik dan sarannya. Semoga karya ini bisa diterima dan bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, Agustus 2017

Rayka Diah Setianingrum

MOTTO

“Optimis, Karena Hidup Terus Mengalir dan Kehidupan Terus Berputar”

*“I am Strong
I am Beautiful
I am Fearless
I am Wise
I am a Lover
And...
I can Laugh”*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan	7
D. Manfaat	7
E. Kajian Pustaka	7
1. Strategi Humas/ <i>Public Relations</i>	7
2. <i>Brand</i>	15
3. <i>Brand Awareness</i>	17
4. <i>Rebranding</i>	19
5. Evaluasi	23
F. Metode Penelitian	25
1. Jenis Penelitian.....	25
2. Lokasi Penelitian	25
3. Teknik Pengumpulan Data	25
4. Teknik Pengambilan Informan	27

5. Teknik Analisis Data.....	27
BAB II GAMBARAN UMUM TENTANG PROFIL PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK.....	30
A. Sejarah Singkat PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	30
B. Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	32
C. Produk-Produk PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	33
D. Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Witel Yogyakarta	35
E. <i>Public Relations</i> PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Witel Yogyakarta	38
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	40
A. SAJIAN DATA.....	40
1. Langkah-langkah dalam menentukan strategi <i>public relations</i>	41
2. Proses <i>rebranding</i> IndiHome	48
3. Melakukan evaluasi.....	74
4. Indikator keberhasilan	75
B. PEMBAHASAN	76
1. Strategi <i>Public Relations</i>	76
2. <i>Rebranding</i>	80
3. Membangun <i>Brand Identity</i>	86
4. <i>Brand Awareness</i>	89
5. Evaluasi	92
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	94
A. KESIMPULAN.....	94
B. SARAN	96
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia Tbk	
Witel Yogyakarta.....	38
Tabel 1.3 <i>Tagline</i> Speedy menjadi IndiHome	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piramida <i>brand awareness</i>	18
Gambar 1.2 Model <i>rebranding</i> Muzellec & Lambkin	21
Gambar 1.3 Tingkatan <i>brand hieracy</i> Muzellec & Lambkin.....	22
Gambar 1.4 Komponen Analisis Data Model Interaktif Miles & Huberman	28
Gambar 3.1 Harga IndiHome	43
Gambar 3.2 Harga Biznet.....	43
Gambar 3.3 Target <i>rebranding</i> IndiHome	47
Gambar 3.4 Logo Speedy.....	53
Gambar 3.5 Logo IndiHome	53
Gambar 3.6 Perbedaan Speedy dan IndiHome	58
Gambar 3.7 Banner IndiHome	62
Gambar 3.8 Brosur IndiHome Yogyakarta	62
Gambar 3.9 Facebook IndiHome Yogyakarta	63
Gambar 3.10 Twitter IndiHome Yogyakarta	63
Gambar 3.11 Website myIndiHome	64
Gambar 3.12 Berita tentang IndiHome	65
Gambar 3.13 Youtube IndiHome	66
Gambar 3.14 Event IndiHome Prambanan Jazz	67
Gambar 3.15 Event IndiHome Book & Music Festival.....	68