

**ANALISIS PROSES *REBRANDING* SOFYAN HOTEL CUT MEUTIA
DALAM MEMBIDIK *MILLENNIAL TRAVELERS***

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



BAGUS ADRIANTO

1151003159

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya Saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah Saya nyatakan dengan benar.

Nama : Bagus Adrianto

NIM : 1151003159

Tanda Tangan : 

Tanggal : 21 Mei 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Bagus Adrianto

NIM : 1151003159

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Proses *Rebranding* Sofyan Hotel Cut Meutia Dalam
Membidik *Millennial Travelers*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

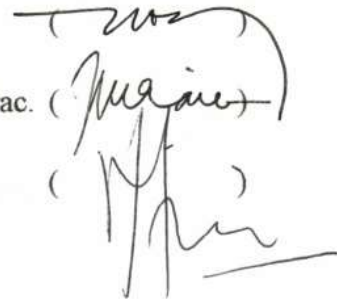
Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M.

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac.

Penguji 2 : Ari Kurnia, M.Ikom

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Mei 2019

Handwritten signatures of the examiners and supervisor. The top signature is for Dra. Suharyanti, M.S.M. Below it are two signatures for the examiners, Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac. and Ari Kurnia, M.Ikom.

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala berkat, nikmat, rahmat, anugerah, dan izin-NYA, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Proses *Rebranding* Sofyan Hotel Cut Meutia dalam Membidik *Millennial Travelers*” dengan baik dan tepat waktu. Penulisan Tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis sangat menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai macam pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. **Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa**

Puji dan syukur selalu penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir ini. Berkat umur, kesehatan, dan kekuatan dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan semuanya dengan tepat waktu sesuai dengan yang diinginkan oleh penulis.

2. **Papa, Mama, dan Keluarga**

Terima kasih untuk **Papa, Mama** dan **Keluarga** atas do'a nya selama ini dan selalu memberikan dukungan kepada penulis agar tetap semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

3. **Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M.**

Terima kasih kepada Bu Yanti selaku Dosen Pembimbing yang sangat baik, selalu sabar, teliti, peduli serta telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan, membimbing, memberikan solusi atas

tantangan ataupun rintangan dan permasalahan yang selalu dihadapi oleh penulis selama penyusunan Tugas Akhir ini.

4. **Miss Dianingtyas Murtanti Putri**

Terima kasih sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, mau memberikan semangat kepada penulis ketika sedang lelah, memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan Tugas Akhir ini, memberikan masukan dan nasihat serta banyak hal lainnya. Terima kasih banyak Miss Dian atas bimbingan dan pembelajarannya selama ini, berkat Miss Dian, selain penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis juga bisa berubah menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

5. **Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie**

Terima kasih kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan mengajarkan penulis dengan semangat, ikhlas dan sabar. Terima kasih kepada **Miss Gandhi** yang selalu memberikan penulis nasihat dan masukan selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini. Terima kasih juga kepada **Mas Dion** yang sudah meluangkan waktunya untuk penulis wawancara sebagai triangulator dan memberikan banyak masukan untuk Tugas Akhir penulis. Terima kasih juga kepada **Ibu Mirana, Ibu Prima, Ibu Elli, Ibu Tuti, Miss Ambar, Mba Hanny**, dan seluruh dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih telah memberikan banyak hal pembelajaran dan mengajarkan penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Bakrie dan selalu mendukung penulis dalam mengasah kemampuan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan masa perkuliahan dengan baik dan tepat waktu.

6. **Mba Alyssa Ramadhani dan Mas Harish Adrian**

Terima kasih penulis ucapkan kepada Mba Alyssa selaku *Marketing Communication Manager* Sofyan Hotel Cut Meutia dan juga Mas Harish Adrian selaku Direktur Operasional Sofyan Hotel Cut Meutia yang telah

membantu penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah mau meluangkan waktunya untuk diwawancara walaupun Mba Alyssa juga sedang menyelesaikan studi di luar negeri, semoga sukses Mba Alyssa untuk studinya. Selain itu, penulis juga sangat berterima kasih kepada Mas Harish Adrian yang telah mau meluangkan waktunya untuk diwawancara ketika sedang hari libur atau tanggal merah. Penulis sangat berterima kasih atas bantuan Mba Alyssa dan Mas Harish yang sudah mau diganggu waktunya dan membantu dalam memperoleh data yang penulis perlukan.

7. **Sahabat terdekat di Kampus**

Terima kasih kepada **Arif, Dio, dan Hanif** yang selama ini selalu memberikan semangat dan bersama-sama mengejar yudisium 1, walaupun penulis telat sedikit dari waktu yang ditentukan, tetapi kita tetap lulus bersama-sama dengan yang lainnya pada tahun ini dan di waktu yang tepat. Terima kasih kepada **Hafiz, Aji, Danang, Fadly Sols, Kiwi, Memet, Risman, Eko, Salam, Ficky, dan Terry**, sebagai sahabat terdekat penulis juga yang selalu memberikan semangat dan saling menghibur satu sama lain serta menghabiskan waktu bersama di perkuliahan ini. Terima kasih juga kepada teman-teman wanita terdekat penulis yang senantiasa membantu penulis ketika sedang *stuck* dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dan memberikan semangat dan masukan agar penulis dapat lanjut mengerjakan, terima kasih **Citra, Rose, Mira, Thia, Alda, Mia, Kika, Hana dan Ica**. Terima kasih juga untuk **Windy** dan **Chia** yang telah menjadi sahabat perjuangan penulis ketika melaksanakan seminar proposal. Terima kasih juga buat **Ais** yang sudah menyemangati penulis dalam mengerjakan penelitian ini ketika penulis sedang merasa malas.

8. **Teman-teman Ilmu Komunikasi 2015**

Terima kasih kepada teman-teman yang selalu membantu penulis dalam mendapatkan informasi penting, dan saling menyemangati satu sama lain untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah sama-sama

berjuang dari tahun pertama dan selalu memberikan warna dalam kehidupan di dunia perkuliahan.

9. **Komunal**

Terima kasih kepada kakak-kakak Komunal dari 2010 hingga 2014 dan adik-adik komunal dari 2016 hingga 2018 yang selalu memberikan dukungan, doa, serta semangatnya kepada Komunal 2015 terutama kepada penulis. Penulis sangat berterima kasih terutama kepada **Arum** dan **Nami** dari komunal 2014 yang telah membantu penulis memberikan masukan dan nasihat agar penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

10. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih untuk selalu hadir dan membantu penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT dapat membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun agar nantinya dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Demikian, penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Jakarta, 21 Mei 2019

Bagus Adrianto

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bagus Adrianto

NIM : 1151003159

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty Free-Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALISIS PROSES *REBRANDING* SOFYAN HOTEL CUT MEUTIA
DALAM MEMBIDIK *MILLENNIAL TRAVELERS*”**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Ekklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 21 Mei 2019

Yang menyatakan,



(Bagus Adrianto)

**ANALISIS PROSES *REBRANDING* SOFYAN HOTEL CUT MEUTIA
DALAM MEMBIDIK *MILLENNIAL TRAVELERS***

Bagus Adrianto

ABSTRAK

Perkembangan era digital yang sangat pesat membuat beberapa perubahan dalam dunia bisnis. Perubahan terbesarnya adalah target pasar yang berubah ke arah kalangan milenial yang melek akan teknologi. Perubahan tersebut membuat Sofyan Hotel Cut Meutia yang merupakan hotel syariah pertama di Indonesia melakukan *rebranding* dengan menggeser target pasarnya ke kelompok milenial. Dengan memiliki sertifikat halal dari MUI, segmentasi target pasar Sofyan Hotel Cut Meutia saat ini lebih fokus kepada kelompok milenial atau biasa disebut *Millennial Travelers*. Dalam skripsi ini menyampaikan strategi *rebranding* yang dilakukan oleh Sofyan Hotel Cut Meutia dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus berdasarkan teori *rebranding* dari Muzellec dan Lambkin (2006). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara interview secara mendalam dan melalui studi pustaka, kemudian uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulator sumber data. Hasil dalam penelitian ini menyampaikan bahwa *rebranding* yang dilakukan oleh Sofyan Hotel Cut Meutia melakukan semua tahapan yang ada pada proses *rebranding* Muzellec dan Lambkin. Pada tahap *repositioning* yang dilakukan adalah menggeser target pasarnya dari hotel keluarga ke hotel milenial. Tahap *renaming*, adanya perubahan nama dari yang sebelumnya Sofyan Hotel Betawi menjadi Sofyan Hotel Cut Meutia. Tahap *redesigning* telah dilakukan dengan baik, yaitu melakukan perubahan logo serta slogan dengan visualisasi logo yang sudah tidak kaku dan terlihat lebih *simple*. Tahap terakhir, yaitu *relaunching* telah dilakukan oleh Sofyan Hotel Cut Meutia kepada kedua belah pihak, baik internal maupun eksternal, di mana *stakeholders* merupakan hal yang penting bagi Sofyan Hotel Cut Meutia dalam melakukan *rebranding*.

Kata kunci: *rebranding*, Sofyan Hotel Cut Meutia, milenial, *Millennial Travelers*

**ANALISIS PROSES *REBRANDING* SOFYAN HOTEL CUT MEUTIA
DALAM MEMBIDIK *MILLENNIAL TRAVELERS***

Bagus Adrianto

ABSTRACT

The rapid development of the digital era made several changes in the business world. The biggest change is the changing target market towards millennial who are literate in technology. The changes made Sofyan Hotel Cut Meutia, the first Islamic hotel in Indonesia, to rebrand by shifting its target market to the millennial group. By having a halal certificate from MUI, the segmentation of the target market Sofyan Hotel Cut Meutia is currently more focused on millennial groups or commonly called Millennial Travelers. This study presents the rebranding strategy carried out by Sofyan Hotel Cut Meutia using descriptive qualitative research methods with a case study approach based on the rebranding theory of Muzellec and Lambkin (2006). This study uses data collection techniques by means of in-depth interviews and through literature. The results in this study stated that the rebranding carried out by Sofyan Hotel Cut Meutia carried out all the stages in the rebranding process of Muzellec and Lambkin. In the repositioning phase, the target market is shifted from the family hotel to the millennial hotel. In the renaming phase, there was a change of name from the previous Sofyan Hotel Betawi to Sofyan Hotel Cut Meutia. In the redesigning phase, Sofyan Hotel Cut Meutia change the logo and slogan with a visualization of the logo that was not rigid and looked simpler. In the last stage, the relaunched was carried out by Sofyan Hotel Cut Meutia to both parties, the internal and external, which means the stakeholders were important for Sofyan Hotel Cut Meutia in conducting rebranding.

Keywords: *rebranding, Sofyan Hotel Cut Meutia, millennial, Millennial Travelers*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSTUJUAN PUBLIKASI	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR BAGAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2. Manfaat Praktis	16
BAB II KERANGKA TEORITIS	
2.1. Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	17
2.2. Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran.....	34

2.2.1. Komunikasi Pemasaran	34
2.2.2. <i>Branding</i>	37
2.2.3. <i>Rebranding</i>	38
2.2.4. <i>Milennial Segmentation</i>	46
2.3. Kerangka Pemikiran	50

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian.....	53
3.2. Obyek dan Subyek Penelitian	55
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	55
3.3.1. Sumber Data.....	56
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	59
3.5. Teknik Analisis Data	63
3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	65
3.7. Keterbatasan Penelitian.....	67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	68
4.1.1. Profil Sofyan Hotel Cut Meutia	69
4.2. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	72
4.2.1. <i>Marketing Communication Manager Sofyan Hotel Cut Meutia</i>	72
4.2.2. Direktur Operasional Sofyan Hotel Cut Meutia.....	73

4.2.3. <i>Millennial Travelers</i>	73
4.2.4. Praktisi <i>Branding</i>	76
4.3. Hasil Penelitian.....	77
4.3.1. <i>Change in External Environment</i>	77
4.3.2. <i>Create a New Image</i>	80
4.3.3. <i>Millennials Market (Repositioning)</i>	83
4.3.4. Perubahan Nama (<i>Renaming</i>)	87
4.3.5. Perubahan Logo dan Slogan (<i>Redesigning</i>).....	90
4.3.6. Peluncuran secara Eksternal dan Internal (<i>Relaunching</i>)	92
4.3.7. Gaya <i>Travelling</i> dari <i>Millennial Travelers</i>	95
4.3.8. Karakteristik Penginapan bagi <i>Millennial Travelers</i>	97
4.3.9. Pendapat <i>Millennial Travelers</i> Mengenai Sofyan Hotel Cut Meutia	100
4.4. Pembahasan.....	103
4.4.1. Aspek penentu yang menjadi keputusan Sofyan Hotel Cut Meutia dalam melakukan <i>Rebranding</i>	103
4.4.2. Hotel halal yang mengedepankan gaya Islam modern	108
4.4.3. Perubahan target dari hotel keluarga menjadi hotel milenial... ..	112
4.4.4. Perubahan identitas nama dari <i>brand</i> Sofyan Hotel Cut Meutia	117
4.4.5. Perubahan logo Sofyan Hotel Cut Meutia menjadi lebih dinamis	121
4.4.6. Keterikatan hubungan dengan <i>stakeholders</i> dalam kegiatan <i>relaunching</i>	125

4.4.7. *Millennial segmentation* dari *rebranding* Sofyan Hotel Cut
Meutia 129

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan..... 131

5.2. Saran 134

 5.2.1. Saran Teoritis 134

 5.2.2. Saran Praktis..... 134

DAFTAR PUSTAKA 136

LAMPIRAN 142

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Penduduk Islam di Indonesia.....	2
Gambar 1.2. Evolusi Industri Halal	3
Gambar 1.3. Pasar Halal Global	5
Gambar 1.4. Pengguna Internet di Indonesia.....	9
Gambar 1.5. Karakteristik Generasi Milenial.....	12
Gambar 1.6. Suasana Kamar Aloft Hotel	13
Gambar 2.1. <i>Rebranding as a continuum</i>	40
Gambar 2.2. <i>Model of The Rebranding Process</i>	42
Gambar 4.1. Alyssa Ramadhani, <i>Marketing Communication Manager</i> Sofyan Hotel Cut Meutia	72
Gambar 4.2. Harish Adrian, <i>Direktur Operasional</i> Sofyan Hotel Cut Meutia .	73
Gambar 4.3. Imanuddin (21 Tahun), Mahasiswa.....	74
Gambar 4.4. Afieta Januaristi (30 Tahun), <i>Karyawan Swasta</i>	75
Gambar 4.5. Putri Nur Fajriah (21 Tahun), Mahasiswa.....	76
Gambar 4.6. Dion Subiakto Wardyono.....	76
Gambar 4.7. Situs Web Sofyan Hotel Cut Meutia.....	107
Gambar 4.8. Instagram Sofyan Hotel Cut Meutia	107
Gambar 4.9. Facebook Sofyan Hotel Cut Meutia.....	108
Gambar 4.10. Halal Talk 1.0 “<i>Muslimpreneur Zaman Now</i>”.....	110
Gambar 4.11. Kegiatan Halal Talk 1.0	110

Gambar 4.12. Halal Talks 1.0.....	115
Gambar 4.13. Proses <i>Repositioning</i> Sofyan Hotel Cut Meutia.....	117
Gambar 4.14. Proses <i>Renaming</i> Sofyan Hotel Cut Meutia.....	121
Gambar 4.15. Logo Sofyan Hotel Cut Meutia sebelum dan sesudah <i>rebranding</i>	124
Gambar 4.16. Proses <i>Redesigning</i> Sofyan Hotel Cut Meutia	125
Gambar 4.17. <i>Grand Launching</i> logo Sofyan Hotel Cut Meutia	126
Gambar 4.18. <i>Press Conference</i> Sofyan Hotel Cut Meutia.....	127
Gambar 4.19. <i>Press Release</i> Sofyan Hotel Cut Meutia.....	127
Gambar 4.20. Proses <i>Relaunching</i> Sofyan Hotel Cut Meutia.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	21
Tabel 3.1. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	59

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran 52