

**ANALISIS STRATEGI *REBRANDING* PT BAHANA SEKURITAS
MELALUI APLIKASI BAHANA DXTRADE DALAM RANGKA
MENINGKATKAN MINAT INVESTOR RITEL**

TUGAS AKHIR



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

**Putri Azzura
1211003035**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

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 : Putri Azzura

NIM : 1211003035

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'P' and 'A' followed by a horizontal line.

Tanggal : 25 Agustus 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Putri Azzura
NIM : 1211003035
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Strategi *Rebranding* PT Bahana Sekuritas
melalui Aplikasi Bahana DXtrade dalam Rangka
Meningkatkan Minat Investor Ritel

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Suharyanti, M.S.M., Ph.D



1/9/2025

Penguji 1 : Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si.

Penguji 2 : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom.


1/9/25

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 25 Agustus 2025

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“Analisis Strategi Rebranding PT Bahana Sekuritas melalui Aplikasi Bahana DXtrade dalam Rangka Meningkatkan Minat Investor Ritel”** dengan lancar, tepat waktu, dan memberikan banyak pembelajaran untuk penulis selama penyusunannya. Tugas Akhir yang dibuat penulis, menjadi penutup dalam perjalanan akademik yang penulis lalui untuk meraih gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Peminatan Public Relations, Universitas Bakrie. Selama proses penyusunan, penulis mendapati banyak sekali doa, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak yang telah berkontribusi di dalam kelancaran dan kesuksesan Tugas Akhir penulis. Oleh karena itu, dengan kata pengantar ini, penulis dengan tulus ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Ibu Suharyanti, M.S.M., Ph.D, selaku dosen pembimbing, yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta meluangkan waktu yang sangat berharga, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Orang tua, keluarga, dan saudara yang selalu memberikan doa, semangat, serta motivasi yang tak ternilai dalam setiap langkah penulis. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada Mama dan Kakek yang tak pernah lelah mendengarkan keluh kesah dan memberikan kepercayaan besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses ini dengan penuh rasa percaya diri. Tak lupa, untuk Nenek, yang cintanya akan selalu ada di hati penulis.
3. Teman-teman penulis, yang senantiasa memberikan semangat, keceriaan, bantuan selama proses penyusunan, serta menjadi pendengar yang baik dalam setiap tahap pengerjaan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Kesempurnaan memang tidak dapat sepenuhnya dicapai, namun penulis telah

berusaha memberikan yang terbaik dalam penyusunan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan agar karya ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 15 Agustus 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Putri Azzura' with a stylized flourish at the end.

Penulis
Putri Azzura

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Putri Azzura
NIM : 1211003035
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 Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Strategi Rebranding PT Bahana Sekuritas melalui Aplikasi Bahana DXtrade dalam Rangka Meningkatkan Minat Investor Ritel”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 : 28 Agustus 2025

Yang menyatakan



Putri Azzura
1211003035

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *rebranding* yang dilakukan PT Bahana Sekuritas terhadap aplikasi investasi Bahana DXtrade guna meningkatkan minat investor ritel. *Rebranding* ini merupakan upaya revitalisasi dan adaptasi perusahaan terhadap perkembangan pasar modal di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang berfokus pada empat indikator *rebranding*: *repositioning*, *renaming*, *redesign*, dan *relaunch*. Keempat strategi tersebut dilaksanakan secara terencana dan menyeluruh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *rebranding* Bahana DXtrade berhasil meningkatkan minat investor ritel, terlihat dari frekuensi penggunaan serta aktivitas transaksi yang menjadi lebih aktif. Namun, efektivitas strategi ini lebih dominan pada kalangan generasi muda dibandingkan pada kelompok usia 40–45 tahun. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk memperkuat komunikasi dan edukasi yang bersifat personal dan segmentatif agar hasil *rebranding* dapat diterima secara lebih merata oleh seluruh kelompok generasi.

Kata kunci: *Strategi, Rebranding, Sekuritas, Investor Ritel*

ABSTRACT

*This study aims to analyze the rebranding strategy implemented by PT Bahana Sekuritas for its investment application, Bahana DXtrade, as an effort to enhance retail investor interest. The rebranding serves as part of the company's revitalization and adaptation to the development of Indonesia's capital market. The study employs a qualitative approach using a case study method, focusing on four key rebranding indicators: **repositioning, renaming, redesign, and relaunch**. These strategies were carried out in a planned and comprehensive manner. The findings indicate that the rebranding of Bahana DXtrade has successfully increased retail investor interest, as reflected in the higher frequency of usage and more active transaction activities. However, the strategy's effectiveness is more prominent among younger generations compared to the 40–45 age group. Therefore, the company is advised to strengthen its communication and education efforts in a more personalized and segmented manner so that the rebranding outcomes can be more widely accepted across all generational groups.*

Keywords: *Strategy, Rebranding, Securities, Retail Investor*

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
DEWAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Konsep yang Relevan	7
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	7
2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	8
2.1.3 Bentuk-bentuk Komunikasi Pemasaran.....	8
2.1.4 Komunikasi Pemasaran Terintegrasi.....	10
2.2 <i>Rebranding</i>	11
2.2.1 Definisi <i>Rebranding</i>	11
2.2.2 Tujuan <i>Rebranding</i>	13
2.2.3 Faktor-Faktor Terjadinya <i>Rebranding</i>	13
2.2.4 Proses <i>Rebranding</i>	14
2.3 Minat Menggunakan.....	16
2.4 Penelitian Terdahulu dan Pernyataan Kebaruan	18
2.5 Model Kerangka Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain dan Pendekatan.....	25
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	26
3.3 Pengumpulan Data	28
3.3.1 Sumber Data Primer dan Data Sekunder	28
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Analisis Data.....	32
3.5 Triangulasi Data	34
3.6 Operasionalisasi Konsep	36
3.7 Keterbatasan Data.....	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	39
4.1.1 Profil PT. Bahana Sekuritas	39
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	40
4.1.3 Gambaran Profil Informan	41
4.2 Penyajian Data.....	45
4.2.1 Strategi <i>Rebranding</i> PT Bahana Sekuritas melalui Aplikasi Bahana DXtrade oleh Tim Internal Perusahaan.....	45
4.2.2 Strategi <i>Rebranding</i> PT Bahana Sekuritas melalui Aplikasi Bahana DXtrade dalam Pandangan Nasabah selaku Investor Ritel	61
4.3 Pembahasan dan Diskusi	68
4.3.1 Upaya Strategi <i>Rebranding</i> PT Bahana Sekuritas melalui Aplikasi Bahana DXtrade dalam Meningkatkan Minat Investor Ritel	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Kendala dan Keterbatasan	73
5.3 Saran dan Implikasi	73
5.3.1 Saran Teoritis	73
5.3.2 Saran Praktis	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Pertumbuhan Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia.....	1
Gambar 1.3 Perbandingan Logo Bahana	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Logo PT Bahana Sekuritas	39
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan PT Bahana Sekuritas.....	40
Gambar 4.3 Didiet Nugraha, Triangulator.....	44
Gambar 4.4 Analisis Logo Aplikasi Bahana Sebelum dan Sesudah	50
Gambar 4.5 Astronot Dexon dan Dexia pada peluncuran Aplikasi	54
Gambar 4.6 Tampilan Aplikasi Bahana DXtrade Lama (kiri) dan Baru (kanan)	55
Gambar 4.7 Grand Launching Aplikasi Bahana DXtrade di BEI.....	58
Gambar 4.8 Booth Roket Launching Aplikasi Bahana DXtrade.....	59
Gambar 4.9 Konten TikTok Bahana Sekuritas	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	19
Tabel 3.1 Data Informan Tim Internal Bahana Sekuritas	31
Tabel 3.2 Data Informan Nasabah Bahana DXtrade	31
Tabel 3.3 Operasionalisasi Konsep.....	37
Tabel 4.1 Tabel Daftar Informan Kunci.....	42
Tabel 4.2 Tabel Daftar Informan Utama.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Informan 1	79
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Informan 2	91
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Informan 3	106
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Informan 4	137
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Informan 5	145
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Informan 6	153
Lampiran 7. Transkrip Wawancara Informan 7	160
Lampiran 8. Transkrip Wawancara Informan 8	167
Lampiran 9. Transkrip Wawancara Bersama Triangulator	175
Lampiran 10. Dokumentasi Wawancara Informan 1	213
Lampiran 11. Dokumentasi Wawancara Informan 2	214
Lampiran 12. Dokumentasi Wawancara Informan 3	215
Lampiran 13. Dokumentasi Wawancara Triangulator	216