

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

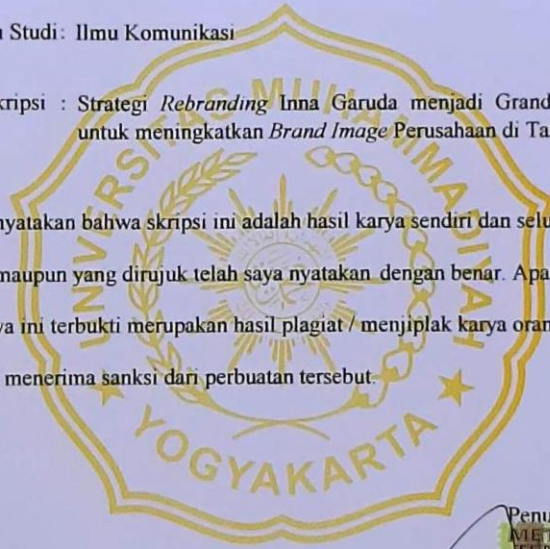
Nama : Danang Pratama Kusnindito

NIM : 20150530031

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi *Rebranding* Inna Garuda menjadi Grand Inna Malioboro untuk meningkatkan *Brand Image* Perusahaan di Tahun 2017.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya ini terbukti merupakan hasil plagiat / menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.



Penulis
METERAI
TEMPEL
DOKUMEN F015035368
6000
RUPIAH
Danang Pratama Kusnindito

HALAMAN MOTTO

“Dan bahwasanya seorang manusia tidak memperoleh selain apa yang telah diusahakannya. Dan bahwasanya usahanya itu kelak akan diperlihatkan kepadanya. Kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna”.

(QS. An-Najm: 39-41)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sebagai bentuk ungkapan rasa syukur, tanggungjawab dan terima kasih saya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dengan rasa bahagia saya persembahkan karya ini kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa perubahan peradaban.
3. Kepada keluarga penulis, Papa Anung Anindito Kurniawan, Mama Veronica Danik Kustriningsih dan Galuh Dwiratri Anindita Putri yang telah begitu banyak memberikan doa dan semangatnya selama ini.
4. Kepada pihak Grand Inna Malioboro, Ibu Mia, Mami Lia, Bunda Retno, Rina, Vero, Laura dan Mbak Masayu.
5. Kepada sahabat penulis yang selalu menemani dan memberi semangat dalam menyusun skripsi Ikhsan, Claudia, Robbi, Hani, Mas Danu Kuntoro, Gita, Tyas, Bachtiar, Meilin, Nindy, Vita, Juliet, Bebeng, Faris, dan Lucky.
6. Terima kasih sahabatku Nisa Adzkiya dan Ananda Elaine yang sedari awal kuliah di Komunikasi hingga saat ini mengisi hari-hariku, dan selalu mensupport tak henti-hentinya, dan kalianlah teman suka duka saya.
7. Kepada teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2015 Meutia F, Hanjani Aroba, Pinasthi Mahardhika, Wahyu K, Linda, Annisa Putri, dan semua yang sudah berbagi kisah, tidak bisa disebutkan satu-persatu.

8. Kepada teman-teman Sunshine Voice yang sudah memberikan pengalaman dan kesempatan dalam berorganisasi Yusti, Billa, Aina, Gea, Maya, Ganang, dan Afina.
9. Kepada Divisi Manajemen Sunshine Voice 2016/2017 Mak kwik, Aya, dan Naufal.
10. Kepada rekan kerja penulis Thesa, Windy, Aggie, Vandi, Hana, Mas Oky dan Debrina.
11. Kepada teman-teman KKN 113 UMY Agung, Wira, Rari, Dilla, Ilyas, dll.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan rezeki serta karuniaNya. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan program Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul “Strategi *Rebranding* Inna Garuda menjadi Grand Inna Malioboro dalam meningkatkan *Brand Image* Perusahaan”.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini dapat terwujud karena tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti menyampaikan ucapan terimakasih pada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa perubahan peradaban.
3. Bapak Aswad Iskhak, S.IP., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak Taufiqurrahman, S.IP., M.A., Ph.D., selaku dosen penguji I.
5. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos, selaku dosen penguji II.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman belajar yang sangat berharga kurang lebih empat tahun ini.

7. Kepada keluarga penulis, Papa Anung Anindito Kurniawan, Mama Veronica Danik Kustriningsih dan Galuh Dwiratri Anindita Putri yang telah begitu banyak memberikan doa dan semangatnya selama ini.
8. Tidak lupa penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak Grand Inna Malioboro dan juga informan-informan terkait lainnya yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

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

Yogyakarta, Juni 2019

Danang Pratama Kusnindito

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kajian Teori	10
F. Metode Penelitian	35
G. Penelitian Terdahulu	40
H. Uji Validitas Data.....	42
I. Sistematika Penulisan	43
BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah.....	45
B. Lokasi	49
C. Visi, Misi, dan Konsep	49
D. Logo	51
E. Struktur Organisasi	53
F. Produk dan Jasa	54

G. Layanan dan Fasilitas	63
--------------------------------	----

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data.....	69
1. Perencanaan <i>Rebranding</i>	71
1.1 Mengidentifikasi Tujuan <i>Rebranding</i>	71
1.2 Menentukan Perubahan-Perubahan.....	72
1.3 Merancang <i>Brand identity</i>	77
1.4 Menentukan Penanggungjawab, Perumusan dan Penugasan <i>Rebranding</i> ..	78
1.5 Mengidentifikasi Target Sasaran	80
2. Implementasi <i>Rebranding</i>	80
2.1 Pembentukan <i>Brand Awareness</i>	80
2.2 Menentukan Perangkat <i>Rebranding</i>	91
2.3 Media yang digunakan	97
2.4 <i>Budgeting</i>	103
3. Evaluasi	102
3.1 Evaluasi	104
3.2 <i>Brand Image</i>	104
3.3 Indikator Keberhasilan	107
B. Pembahasan	108

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	138
B. Saran.....	141

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Google Review Inna Garuda	3
Gambar 1.2 Google Review Inna Garuda	3
Gambar 1.3 Review Online Travel Agent Trip Advisor	3
Gambar 1.4 Pemberitaan Inna Garuda	4
Gambar 1.5 Report Negative Review 2017	4
Gambar 1.6 Foto Hotel Merdeka	7
Gambar 1.7 Foto Grand Inna Malioboro	7
Gambar 1.8 Tingkatan <i>brand awareness</i>	16
Gambar 1.9 <i>Drivers of Rebranding</i>	24
Gambar 1.10 <i>Four Elements of Rebranding</i>	26
Gambar 1.11 Model <i>Rebranding Evolusioner dan Revolusioner</i>	27
Gambar 1.12 <i>Brand hieracy rebranding</i>	28
Gambar 1.13 Frase <i>Rebranding</i> Muzellec & Lambkin	29
Gambar 2.1 Logo Inna Garuda	51
Gambar 2.2 Logo Grand Inna Malioboro.....	52
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Grand Inna Malioboro	53
Gambar 3.1 Logo Grand Inna Malioboro.....	74
Gambar 3.2 Logo Inna Garuda	74
Gambar 3.3 Seragam Staff dan Manajemen Grand Inna Malioboro	76
Gambar 3.4 Pengumuman perubahan nama	82
Gambar 3.5 Rancangan pengantian <i>signage</i> luar hotel	83
Gambar 3.6 Pengantian <i>signage</i> dalam hotel	83
Gambar 3.7 Cigar Lounge	84
Gambar 3.8 <i>Launching Premier Floor</i>	85
Gambar 3.9 Koridor Premier Floor Grand Inna Malioboro	85
Gambar 3.10 Lift Premier Floor Grand Inna Malioboro.....	85

Gambar 3.11 Poster Wellness Center.....	86
Gambar 3.12 GYM Grand Inna Malioboro	86
Gambar 3.13 D'Malio Oleh-Oleh	86
Gambar 3.14 D'Malio Boutique	86
Gambar 3.15 Training Employee.....	87
Gambar 3.16 Acara Donor Darah Grand Inna Malioboro.....	87
Gambar 3.17 Acara Malioboro KulineRUN 2017 Grand Inna Malioboro	88
Gambar 3.18 Acara 1000 pax Ramadhan Buffee Grand Inna Malioboro.....	89
Gambar 3.19 Acara Berbagi Berkah Ramadhan Grand Inna Malioboro	89
Gambar 3.20 CSR Grand Inna Malioboro.....	90
Gambar 3.21 Majalah Hotel: Gracious.....	93
Gambar 3.22 Spanduk Hotel.....	94
Gambar 3.23 Videotron Hotel	94
Gambar 3.24 <i>Flyer</i> Hotel.....	94
Gambar 3.25 Totebag Grand Inna Malioboro	95
Gambar 3.26 <i>Bathrobes</i> Grand Inna Malioboro	95
Gambar 3.27 Map Grand Inna Malioboro	95
Gambar 3.28 Polo T-shirt Grand Inna Malioboro	96
Gambar 3.29 Blok Note Grand Inna Malioboro	96
Gambar 3.30 Kunci Hotel Grand Inna Malioboro	96
Gambar 3.31 <i>Branding</i> Mobil Grand Inna Malioboro	97
Gambar 3.32 Berita <i>Rebranding</i> serta Renovasi Grand Inna Malioboro.....	99
Gambar 3.33 Website Grand Inna Malioboro	99
Gambar 3.34 Facebook Grand Inna Malioboro	100
Gambar 3.35 Instagram Grand Inna Malioboro.....	100
Gambar 3.36 Feeds Instagram Grand Inna Malioboro.....	100
Gambar 3.37 Twitter Grand Inna Malioboro.....	101
Gambar 3.38 Google Maps Grand Inna Malioboro	101

Gambar 3.39 <i>Review Google</i> Grand Inna Malioboro.....	101
Gambar 3.40 Agoda Grand Inna Malioboro.....	102
Gambar 3.41 Booking.com Grand Inna Malioboro	102
Gambar 3.42 Pegi-Pegi Grand Inna Malioboro	102
Gambar 3.43 Traveloka Grand Inna Malioboro	103
Gambar 3.44 Trip Advisor Grand Inna Malioboro	103
Gambar 3.45 Restaurant Grand Inna Malioboro.....	116
Gambar 3.46 Café Garuda Grand Inna Malioboro	116
Gambar 3.47 Fasilitas Salon Grand Inna Malioboro	116
Gambar 3.48 Masih digunakannya logo lama	126
Gambar 3.49 Penggunaan <i>brand</i> Garuda masih digunakan	127
Gambar 3.50 Percentage Quality Service Index 2017 by TRUSTYOU	134
Gambar 3.51 Percentage Quality Service Index 2018 by TRUSTYOU	135
Gambar 3.52 Data Jumlah <i>Occupancy</i> Tahun 2017 dan 2018	136

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tipe Kamar dan Harga <i>Publish Rates</i>	54
Tabel 2.2 Paket <i>Meeting</i>	57
Tabel 2.3 <i>Food and Beverages Pricelist</i>	58
Tabel 2.4 Paket Wisuda, Table Manner Course, dan Paket Wedding	60
Tabel 2.5 Daftar Kategori Kamar	63
Tabel 2.6 Daftar <i>Meeting Room</i>	64
Tabel 2.7 Cabang Inna Hotels & Resort.....	67
Tabel 3.1 Perubahan Design Program Promo.....	74
Tabel 3.2 Kegiatan <i>Rebranding</i> Grand Inna Malioboro	90
Tabel 3.3 Daftar Pemberitaan <i>Rebranding</i> Grand Inna Malioboro	98
Tabel 3.4 Kegiatan <i>Brand Awareness</i> Grand Inna Malioboro	128

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian

Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 3. Transkrip Wawancara

Lampiran 4. Tabel Kegiatan *Brand Awareness* Grand Inna Malioboro

Lampiran 5. Actual 2018 - Percentage Quality Service Index by TRUSTYOU

Lampiran 6. Report Negative Review OTA 2017

Lampiran 7. Data Jumlah *Occupancy* Tahun 2017 dan 2018