

**TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA MENGENAI
REBRANDING MATAHARI**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Maria Rifiana Niur Nggaus

1423019099

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2023

**TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA MENGENAI
REBRANDING MATAHARI**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Maria Rifiana Niur Nggaus

1423019099

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan, ini saya

Nama : Maria Rifiana Niur Nggaus

NRP : 1423019099

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai *Rebranding* Matahari adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkansumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 16 Juni 2023

Penulis



Maria Rifiana Niur Nggaus

NRP.1423019099

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA
MENGENAI *REBRANDING* SURABAYA**

Oleh :

Maria Rifiana Niur Nggaus

NRP : 1423019099

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0707078607



Pembimbing II : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0702087602



Surabaya, 16 Juni 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi pada :

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi



Brigitte Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

Dosen Penguji :

1. Ketua Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0719078401
2. Sekertaris Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0707078607
3. Anggota Dr. Nanang Krisdinanto, Drs.,M.Si.
NIDN. 0726126602
4. Anggota Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0702087602

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas

Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Maria Rifiana Niur Nggaus

NRP : 1423019099

Menyetujui penulisan skripsi/karya ilmiah saya

Judul : Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai *Rebranding*
Matahari Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain
(Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik
sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Juni 2023

Yang menyatakan



Maria Rifiana Niur Nggaus

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis bersyukur atas selesainya penelitian tugas akhir ini. Lika-liku dalam berproses banyak dialami. Namun karena tangan kasih Tuhan yang membantu hingga terselesainya penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih kepada rekan Fikomers 2019, dosen, dan teman kuliah lainnya serta keluarga semua yang selalu mendukung dan membantu saya dengan cara mereka masing-masing agar cepat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga pencapaian ini menjadi persembahan terbaik untuk langkah kehidupan selanjutnya yang tentu saja tidak terlepas dari orang-orang hebat yang membantu dalam selesainya tugas akhir ini.

Surabaya, 16 Juni 2023



Maria Rifiana Niur Nggaus

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul *Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Rebranding Matahari* tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak dan beberapa rekan yang telah memberikan dukungan sehingga tugas akhir ini dapat selesai. Selain itu, penulis tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang turut membantu yaitu:

1. Kepada kedua orang tua serta ke-6 kakak penulis yang selalu memberikan semangat serta doa untuk mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Ibu Maria Yuliasuti dan Ibu Akhsaniyah sebagai Dosen Pembimbing yang mau untuk mengarahkan serta membimbing dengan sabar kepada peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Kepada para penguji skripsi yang telah memberikan kritik dan saran serta membuat sidang dapat berjalan dengan baik dan menyenangkan.
4. Kepada Ayu, Epen, Itin, Febrianus, Rivaldo Inces, Nicole, Kakak Ichad dan semua teman-teman Fikom 19 yang telah memberikan dukungan serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan juga dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca terkhusus adik-adik di Fakultas Ilmu Komunikasi Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 16 Juni 2023



Maria Rifiana Niur Nggaus

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
ABSTRAK.....	15
ABSTRACT.....	16
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Batasan Masalah.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Manfaat Akademis.....	14
1.5.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Kerangka Teori.....	17
2.2.1 Rebranding.....	17
2.2.2 <i>Brand</i>.....	20

2.2.3	Tingkat Pengetahuan.....	23
2.2.4	Proses Komunikasi.....	26
2.2.5	Model Hierarki Efek.....	29
2.2.6	Instagram.....	31
2.3	Bagan Kerangka Konseptual.....	32
BAB III	METODE PENELITIAN.....	35
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
3.2	Metode Penelitian.....	33
3.3	Identifikasi Variabel Penelitian.....	34
3.4	Definisi Konseptual.....	35
3.5	Definisi Operasional.....	35
3.6	Populasi dan Sampel.....	39
3.6.1	Teknik Penarikan Sampel.....	39
3.6.2	Unit Analisis.....	40
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.8	Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.8.1	Validitas.....	42
3.8.2	Reliabilitas.....	43
3.9	Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Gambaran Subjek Penelitian.....	45
4.1.1.	Masyarakat Surabaya.....	45
4.1.2.	Matahari Departemen Store.....	46
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
4.2.1	Uji Validitas.....	47
4.3	Hasil Penelitian.....	50
4.3.1	Identitas Responden.....	46
4.3.1.1	Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin ...	46
4.3.1.2	Identitas Responden Menurut Usia.....	47

4.3.2 Interval Pengukuran Kelas	48
4.3.3 Deskripsi Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Nama Matahari.....	48
4.3.4. Deskripsi Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Logo Matahari.....	50
4.3.5. Deskripsi Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Tagline Matahari.....	53
4.3.6 Analisis Tabulasi Silang.....	57
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	59
5.2.1 Saran Akademis.....	59
5.2.2 Saran Praktis.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.6 Pengelompokan Usia.....	38
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Jenis Kelamin Responden.....	48
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Usia Responden	49
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Nama Matahari	51
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Logo Matahari	53
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Tagline Matahari	55
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Kisah Matahari	56
Tabel 4.9 Tabulasi Silang Jenis Kelamin Dengan Tingkat Pengetahuan	58
Tabel 4.10 Tabulasi Silang Usia Dengan Tingkat Pengetahuan	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsep Toko Baru Matahari	7
Gamabr 1.2 Perubahan Logo Lama dan Logo Baru	8
Gambar 1.3 Instagram Feed Matahari.....	10
Gambar 1.4 Highlights Instagram Matahari.....	11
Gambar 2.1 Model H. Laswell	27
Gambar 3.1 Proyeksi Penduduk Kota Surabaya	39
Gambar 4.1 Tampilan Logo Baru Pada Gerai Matahari	58
Gambar 4.2 Matahari Mempertahankan Tagline “ <i>Pay Less Feel Good</i> ”	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	68
Lampiran 3 : Hasil Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	70
Lampiran 4 : Hasil Analisis Deskriptif Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai <i>Rebranding</i> Matahari.....	70
Lampiran 5 : Hasil Tabulasi Silang Karakteristik Responden Dengan Tingkat Pengetahuan	74

ABSTRAK

Maria Rifiana Niur Nggaus. 1423019099. Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai *Rebranding* Matahari.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai *Rebranding* Matahari. Faktor pendorong Matahari *departemen store* melakukan *rebranding* yaitu untuk melayani pelanggan Indonesia secara lebih efektif dengan mengandalkan pengalaman ritel *fashion Matahari departemenstore*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif dan menggunakan metode survei dengan memanfaatkan kuesioner untuk mengumpulkan data. Teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria yaitu masyarakat berdomisili di Surabaya, dengan rentang usia 20 sampai 41 tahun, dan pernah mengunjungi Matahari *Departemen Store*. Untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis distribusi frekuensi, analisis nilai mean, dan tabulasi silang. Sehingga penelitian ini terdapat tingkat pengetahuan mengenai *rebranding* Matahari, dengan pengetahuan tertinggi pada kisah Matahari dan logo Matahari.

Kata Kunci : Pengetahuan, Masyarakat Surabaya, Rebranding, Matahari.

ABSTRACT

Maria Rifiana Niur Ngaus. 1423019099. *Knowledge Level of the Surabaya Community Regarding Matahari Rebranding.*

This study aims to determine the level of knowledge of the people of Surabaya regarding Matahari Rebranding. The driving factor behind Matahari's department store rebranding was to serve Indonesian customers more effectively by relying on Matahari's department store fashion retail experience. This study uses a quantitative approach with explanatory research and uses a survey method using a questionnaire to collect data. The sampling technique used purposive sampling, with a mixture of people living in Surabaya, with an age range of 20 to 41 years, and having visited the Matahari Department Store. To test the hypothesis of this study using the validity test, reliability test, frequency analysis, analysis of the average value, and cross tabulation. So that this research has a level of knowledge about Matahari rebranding, with the highest knowledge on the story of Matahari and the Matahari logo.

Keywords: Knowledge, Surabaya Community, Rebranding, Matahari.