

## Strategi pengelolaan merek "The Brandmindset" oleh Harian Republika

Sinaga, Andre Oloan R., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=82289&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Brand atau merek merupakan sebuah kata yang tak terpisahkan dalam hidup kita. Merek adalah merupakan identitas sebuah produk yang notabene dibutuhkan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Dalam kehidupan di kota-kota besar, merek bahkan seringkali sudah bertransformasi sebagai sebuah simbol kemapanan, kemewahan, bahkan status sosial yang membedakan seseorang atau ketompok. Dari semua produk yang ada di pasaran, tidak semua produk bisa dikatakan memiliki merek. Sebuah produk baru dapat dikatakan memiliki sebuah merek jika produk tersebut mempunyai persepsi khusus di benak konsumen yang disebut dengan manfaat fungsional dan emosional.

The Brandmindset adalah salah satu cara yang dapat digunakan sebagai sebuah kerangka berpikir untuk mengembangkan sebuah strategi pengelolaan merek yang tepat untuk memberikan manfaat emosional dan fungsional bagi konsumennya. Konsep ini mempunyai lima variabel sebagai proses kerja, yaitu Brand Assessment, Brand promise, Brand Blueprint, Brand Culturalization, dan Brand Advantage. Kelima variabel yang merupakan proses kerja dari kerangka berpikir The Brandmindset ini mempunyai keterkaitan sinergis antara satu dengan yang lain, dimana untuk itu dibutuhkan pemahaman yang bersifat komprehensif menyangkut konsep ini.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan model analisa data tematik guna melihat dan mengevaluasi strategi serta implikasi dari manajemen pengelolaan merek pada harian Republika. Data dari penelitian ini diperoleh dari dua macam sumber. Yang pertama adalah informan penelitian sebagai sumber data primer, serta brosur company profile harian Republika sebagai sumber data sekunder. Sedangkan sebagai informan penelitian yaitu Bapak Radityo Gambiro dan Bapak Daniel Dhakidae masing-masing sebagai Direktur Utama dan Corporate Secretary dari PT. Abdi Bangsa Tbk.

Temuan-temuan yang bisa diperoleh penulis dalam penelitian ini adalah seluruh kebijakan dan implikasi dari harian Republika di dalam mengelola manajemen mereknya. Kebijakan-kebijakan tersebut meliputi prinsip-prinsip merek, budaya merek, janji-janji merek, kajian pasar, strategi persaingan, diferensiasi, dan aliansi. Sedangkan implikasi yang ditemukan antara lain berupa analisa tinjauan pasar, visi dan misi harian Republika, grafis atau lay out, nama merek, logo merek, Byline, Tag Line, serta aliansi-aliansi strategis merek. Kebijakan-kebijakan serta implikasi-implikasi tersebut yang akan dievaluasi oleh peneliti sebagai sebuah hasil kesimpulan dan rekomendasi dalam penelitian ini.