

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

PT Integrasi Logistik Cipta Solusi resmi melakukan *rebranding* terhadap perusahaan menjadi Pelindo Solusi Digital pada tanggal 28 April 2022. *Rebranding* tersebut dilakukan sesuai dengan arahan dari *holding* perusahaan yaitu perusahaan Pelindo. Dalam hasil pra riset yang telah dilaksanakan, terdapat keunikan strategi yang dijalankan oleh Pelindo Solusi Digital dalam melakukan *rebranding* perusahaan. Keunikan strategi *rebranding* yang diterapkan oleh Pelindo Solusi Digital yaitu dengan menjalankan *event-event* perusahaan. Hal ini berdasarkan fakta bahwa *stakeholder* dari perusahaan lebih memilih untuk mendapatkan informasi secara langsung dibandingkan harus melalui media digital. Hal inilah yang menyebabkan strategi yang dipilih oleh Pelindo Solusi Digital tidak memanfaatkan media digital secara optimal.

Dalam penelitian ini akan mengkaji mengenai bagaimana strategi dari Pelindo Solusi Digital dalam proses *rebranding* perusahaan di era digital. Terdapat tahapan yang sudah ditetapkan oleh Pelindo Solusi Digital dalam proses *rebranding* yang dilakukan. Hal tersebut mencakup perubahan *branding* pada anak perusahaan yang bertujuan untuk memperkuat profil perusahaan. Narasumber dalam penelitian ini adalah *corporate secretary* dari Pelindo Solusi Digital yaitu Ganda Pradita Putra yang menjelaskan bahwa:

“Dengan adanya proses *rebranding* yang dilakukan, Pelindo Solusi Digital mempunyai strategi yang telah disusun dalam penyusunan pedoman penerapan *brand* dalam mengimplementasikan dan melakukan sosialisasi *rebranding*. Terdapat masa transisi untuk *stakeholder* internal dan eksternal untuk selama proses implementasi. Sosialisasi implementasi identitas baru di mulai per April 2022, hal ini dikarenakan proses *rebranding* ini akan berdampak pada *brand* sebelumnya. Implementasi yang pertama dilakukan adalah sosialisasi terhadap pihak internal perusahaan. Selain itu terdapat strategi dari perusahaan berupa *event-event* perusahaan untuk keefektifitasan penyampaian informasi”.

Menariknya dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi dalam proses *rebranding* yang dilakukan oleh Pelindo Solusi Digital, dengan mengganti nama menjadi Pelindo Solusi Digital tidak membuat strategi tersebut dijalankan secara digital. Sehingga bagaimana strategi dari proses *rebranding* Pelindo Solusi Digital tersebut dijalankan di era digital saat ini. Hal yang menyebabkan terjadinya *rebranding* pada Pelindo Solusi Digital adalah arahan langsung dari *holding* perusahaan yaitu Pelindo.

Berdasarkan uraian diatas, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini salah satunya adalah yang diteliti oleh Sumiyati, Euis Komahwati, Angelika Rosma (2019) dalam penelitian yang berjudul “Strategi Public Relations Dalam Rebranding Bekasi Square Menjadi Revo Town”. Berdasarkan hasil penelitian tersebut bisa disimpulkan bahwa *public relations* dari Bekasi Square yang melakukan *rebranding* menjadi Revo Town memiliki beberapa tahapan dalam proses *rebranding* yaitu *repositioning*, *renaming*, *redesigning*, dan *relaunching*. Terdapat perbedaan dari penelitian ini terhadap riset yang akan peneliti lakukan yaitu pada objek penelitian dimana penelitian ini dilakukan pada Bekasi Square, sedangkan dalam riset ini akan dilakukan pada Pelindo Solusi Digital.

Selanjutnya, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Kalih Tasya Larasati, Dr. Widodo Agus Setianto, M. Si (2017) yang berjudul “Strategi Public Relations Dalam Corporate Rebranding”, penelitian ini menggunakan studi deskriptif pada Bandara Internasional Lombok menjadi Lombok International Airport. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa adanya faktor keberhasilan dan juga faktor penghambat dalam proses *corporate rebranding*. Dengan landasan teori dari D. Ronald Smith yang menjelaskan tentang strategi *public relations* yang terbagi menjadi *formative research*, *strategy*, *tactics*, dan *evaluative research* sehingga dalam penelitian ini mendapatkan data yang mendalam mengenai strategi *rebranding*. Sedangkan pada riset yang akan peneliti lakukan adalah pemaparan strategi Pelindo Solusi Digital dalam *rebranding* di era digital.

Untuk penelitian selanjutnya terdapat hasil dari penelitian yang relevan dengan penelitian ini, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ritdza Gianjar Laiqi (2013) dalam jurnal yang berjudul “Aktivitas Humas dalam *Rebranding* PT Semen Gresik

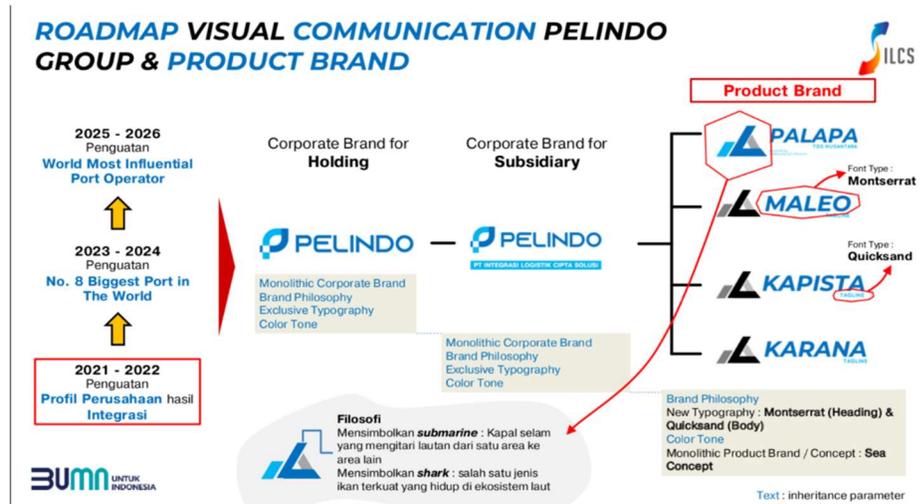
(Persero) Tbk Menjadi PT Semen Indonesia (Persero) Tbk”. Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa terdapat beberapa aktivitas humas dalam melakukan *rebranding* perusahaan, mulai dari membina hubungan dengan media dan pers, melakukan special event dalam rangka *rebranding* perusahaan, hingga publikasi mengenai *rebranding* kepada publik. Terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu objek kajian dari penelitian sebelumnya tersebut adalah PT Semen Indonesia sedangkan dalam penelitian ini akan dilaksanakan di Pelindo Solusi Digital. Tetapi terdapat kesamaan fenomena dari penelitian sebelumnya yaitu bagaimana aktivitas humas ataupun pihak yang menjalankan aktivitas atau strategi komunikasi perusahaan dalam proses *rebranding*.

Dilansir dari website resmi perusahaan <https://pelindo.co.id/> Pelindo merupakan salah satu perusahaan dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertugas langsung untuk menjalankan sistem kepelabuhan di Indonesia. Kegiatan utama dari Pelindo sendiri yaitu layanan barang, layanan kapal, dan layanan rupa-rupa. Pelindo merupakan perusahaan hasil integrasi dari empat perusahaan pelabuhan yaitu PT Pelindo I (Persero), PT Pelindo II (Persero), PT Pelindo III (Persero) dan PT Pelindo IV (Persero). Dalam menjalankan bisnisnya, Pelindo mempunyai beberapa unit bisnis yang memiliki perbedaan budaya, visi misi, dan tujuan dari perusahaan. Unit bisnis dari Pelindo yaitu seperti PT IPC Terminal Petikemas, PT Pelindo Solusi Logistik, PT Energi Pelabuhan Indonesia, dan juga salah satunya adalah Pelindo Solusi Digital. Banyaknya pelabuhan di Indonesia membuat perkembangan dunia kepelabuhan di Indonesia khususnya dalam bidang logistik saat ini berkembang pesat. Sehingga saat ini, Pelabuhan di Indonesia telah memasuki fase digitalisasi dengan tujuan agar logistik pelabuhan lebih efisien, seperti memantau arus barang, pertukaran dokumen, dan pembayaran elektronik dalam konteks pasar global yang terintegrasi.

Perubahan dari *branding* yang terjadi pada Pelindo Solusi Digital adalah perubahan pada nama perusahaan, sehingga dengan adanya perubahan nama tersebut akan terdapat perubahan pada elemen perusahaan. Elemen tersebut meliputi logo, seragam, *stationary*, alat pelindung diri, visi dan misi, slogan, dan nama perusahaan. Perubahan *branding*

tersebut bertujuan untuk memperkuat profil perusahaan dengan menggabungkan *brand architecture* perusahaan.

Gambar 1.1 RoadMap Communication



Sumber: Pelindo Solusi Digital

Dari Gambar 1.2 tersebut terdapat *roadmap communication* perusahaan sebagai pedoman bagi PT Integrasi Logistik Cipta Solusi (ILCS) dalam melakukan *rebranding* perusahaan. Oleh karena itu, PT Integrasi Logistik Cipta Solusi (ILCS) sebagai bagian dari Pelindo Grup melakukan *rebranding* perusahaan menjadi Pelindo Solusi Digital. Dalam menjalankan proses *rebranding* tersebut, Pelindo Solusi Digital mempunyai strategi dalam mengimplementasikan dan mensosialisasikan *rebranding* yang sedang dilaksanakan. Sehingga dalam penelitian ini akan membahas secara mendalam mengenai strategi dari Pelindo Solusi Digital dalam proses *rebranding* perusahaan.

Brand menjadi penting dalam dunia bisnis dikarenakan menjadi salah satu identitas sekaligus pembeda dalam persaingan produk. Donald Miller (2017) menjelaskan “SB7 *framework* bahwa dalam membangun *story brand* terdapat *framework* bahwa pada membentuk *story* merk masih ada karakter, mempunyai masalah, & bertemu menggunakan seseorang pemandu, yg memberi mereka rencana, & memanggil mereka buat bertindak, yg membantu mereka menghindari kegagalan, & berakhir menggunakan kesuksesan, orang ingin merek atau produk dari perusahaan berpartisipasi pada usaha mereka. transformasi.”. Dengan adanya *branding* yang menjadi salah satu unsur penting

dalam dunia bisnis, *rebranding* juga menjadi salah satu langkah yang bisa diambil untuk beberapa alasan.

Bersumber dari theshippinggazette.com salah satu media cetak perkapalan di Indonesia, dalam artikelnya yang berjudul “*One Year After Pelindo Merger: Rebranding (Almost) Completed, Transformation a Never Ending Work*” yang dipublikasikan pada 2022 membahas tentang bagaimana tahapan perubahan struktur organisasi yang terjadi setelah adanya merger perusahaan yang dilakukan oleh Pelindo. Pelindo yang awalnya merupakan beberapa perusahaan pelabuhan daerah sekarang berubah menjadi perusahaan nasional yang terintegrasi. Penggabungan tersebut telah mendukung Pelindo pada posisi yang lebih strategis, menjadi pemain nasional dan korporasi yang lebih besar.

Gambar 2.1 Pengenalan Rebranding Pelindo kepada Komunitas Global oleh Direktur Utama Pelindo



Sumber: theshippinggazette.com

Muzellec dan Lambkin (2006) menjelaskan bahwa “proses *rebranding* merupakan suatu proses yang bertujuan untuk menciptakan citra dan posisi baru di benak konsumen terhadap merek yang sudah ada dan juga untuk membentuk posisi yang berbeda di mata konsumen dan pesaing dari perusahaan”. *Rebranding* pada perusahaan menjadi penting dalam persaingan bisnis perusahaan. Dengan adanya *rebranding* yang dilakukan akan menjadi pembeda dan identitas yang kuat bagi suatu perusahaan. *Rebranding* bisa dilakukan untuk menjaga eksistensi perusahaan maupun inovasi terhadap perusahaan,

sehingga proses *rebranding* yang dilakukan bisa relevan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam menjalankan implementasi *rebranding* di perusahaan Pelindo Solusi Digital merupakan tanggung jawab dari divisi *corporate secretary*. Divisi *corporate secretary* yang juga terhubung langsung dengan *holding* yang memiliki strategi selama proses *rebranding* perusahaan berlangsung. Perubahan *branding* yang terlihat di antara lain adalah perubahan identitas dari PT Integrasi Solusi Digital menjadi Pelindo Solusi Digital. Terdapat perubahan nama perusahaan dan juga perubahan terhadap bentuk logo. Perubahan nama perusahaan dari PT Integrasi Logistik Cipta Solusi menjadi Pelindo Solusi Digital, dan berikut terdapat lampiran perubahan logo dari perusahaan.

Tabel 1.1 Elemen Perubahan

No.	Elemen Perubahan	Sebelum <i>Rebranding</i>	Sesudah <i>Rebranding</i>
1.	Nama	PT. Integrasi Logistik Cipta Solusi	Pelindo Solusi Digital
2.	Logo		

Sumber: Olahan Penulis, 2022

Sebagai perusahaan yang juga bergerak dibidang logistik dan kepelabuhanan yang ada di Indonesia, Pelindo Solusi Digital memiliki fokus terhadap menyediakan layanan teknologi solusi digital di Pelabuhan Indonesia. Pelindo Solusi Digital (PSD) sebagai anak perusahaan dari Pelindo, menyediakan layanan teknologi terhadap pelabuhan yang ada di Indonesia sehingga pelabuhan yang ada di Indonesia telah didigitalisasi. Jika dilihat

bagaimana perusahaan Pelindo Solusi Digital menyelesaikan masalah yang terdapat pada bidang kepelabuhanan yang ada di Indonesia. Dengan 3 program besar dari Pelindo Solusi Digital yaitu *IT Solution Provider*, *Digital port & logistic solution competency*, dan juga *global partnership*. Dengan adanya program tersebut Pelindo Solusi Digital berkomitmen untuk menyediakan lingkungan yang inovatif.

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan di atas, penelitian ini akan berfokus melihat apakah strategi dari *rebranding* perusahaan sudah berjalan sesuai rencana atau sebaliknya. Selain itu, *rebranding* tentunya akan mempengaruhi budaya dan struktur organisasi yang akan berdampak pada citra dan reputasi perusahaan Pelindo Solusi Digital. Objek dalam penelitian ini yaitu strategi *rebranding* dari *corporate secretary* dari Pelindo Solusi Digital dalam menjalankan strategi komunikasi dari proses *rebranding* perusahaan. Sehingga diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan pandangan dan juga bahan evaluasi terhadap perusahaan Pelindo Solusi Digital yang melakukan *rebranding*. Maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Strategi Rebranding Pelindo Solusi Digital di Era Digital”**

1.2 Fokus Penelitian

Dari pemaparan latar belakang di atas, maka penelitian ini akan terfokus pada bagaimana strategi perusahaan dalam proses *rebranding* PT Integrasi Logistik Cipta Solusi menjadi Pelindo Solusi Digital di era digital. Fokus penelitian ini yaitu proses dari PT Integrasi Logistik Cipta dalam menjalankan strategi *rebranding* dan implementasi dari proses *rebranding* perusahaan menjadi Pelindo Solusi Digital.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu

1. Bagaimana strategi Pelindo Solusi Digital dalam proses *rebranding* di era digital?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi dari Pelindo Solusi Digital dalam proses *rebranding* PT Integrasi Logistik Cipta Solusi menjadi Pelindo Solusi Digital dan mengetahui implementasi strategi dari proses *rebranding* PT Integrasi Logistik Cipta Solusi menjadi Pelindo Solusi Digital di era digital. Sehingga pada akhir penelitian ini akan dibentuk sebuah Model Komunikasi Strategi *Rebranding* yang berfungsi untuk menjadi pedoman bagi Pelindo Solusi Digital sebagai bahan penilaian apakah proses *rebranding* yang dilakukan berjalan baik atau tidak.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat seperti menjadi referensi bagi pembaca dan penelitian-penelitian selanjutnya. Penelitian ini diharapkan juga bisa ikut serta dalam memperkaya kajian ilmu komunikasi khususnya dalam bidang *public relations* atau *corporate secretary* dalam kegiatan *rebranding* perusahaan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran atau informasi mengenai proses dan implementasi *rebranding* kepada perusahaan Pelindo Solusi Digital atau perusahaan lainnya, yang ingin melakukan *rebranding* perusahaan agar bisa mengetahui bagaimana proses atau langkah yang harus diambil dalam melakukan *rebranding*.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian

Tahapan	Waktu Pengerjaan / Bulan dan Tahun								
	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Maret 2023	April 2023	Mei 2023	Juni 2023
Menent ukan tema dan objek peneliti an									
Menyus un BAB 1									
Menyus un BAB 2									
Menyus un BAB 3									
Desk									

Evaluat ions									
Pengum pulan data riset melalui wawanc ara dan dokume ntasi riset									
Pendaft aran sidang									