

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Penulis melakukan *project improvement* kepada perusahaan XYZ yang merupakan klien dari Superunion Jakarta dengan jangka waktu sekitar 4 bulan. Peran penulis adalah membantu tim strategi dalam merumuskan strategi branding yang didalamnya termasuk pembentukan positioning, brand essence dan turunannya seperti *brand story*, *brand personality* dan *brand engagement* untuk memperkuat identitas perusahaan.

Pada tahap awal penulis mengumpulkan semua data baik primer dan sekunder untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi XYZ sesungguhnya. Setelah itu penulis melakukan identifikasi permasalahan menggunakan *Internal Factor Evaluation*, *External Factor Evaluation* serta *Internal External* matriks untuk mengetahui langkah apa yang perlu dilakukan oleh XYZ, setelah mengetahui yang perlu difokuskan oleh XYZ yaitu *market penetration* maka penulis mencari akar penyebab menggunakan *fishbone* analisis dan *interrelationship diagram* sehingga muncul akar penyebab sesungguhnya yaitu ketidakjelasan jati diri *brand*.

Pembentukan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut diawali dengan pembentukan 3 (tiga) alternatif solusi. Setelah dilakukan penilaian menggunakan *weighted method* yang paling unggul diantara ketiga alternatif solusi dengan nilai 3.6 adalah solusi kedua yaitu revitalisasi *brand* XYZ sebagai masterbrand menjadi

kendaraan niaga dan kendaraan penumpang dengan menggunakan pendekatan rasional dan emosional.

Sehingga penulis merumuskan implementasi dalam 3 bagian yaitu jangka pendek yang terdiri dari pembentukan *positioning* dan *brand essence*, kemudian jangka menengah yang terdiri dari *brand story*, *brand personality* dan peremajaan desain dan pada jangka panjang membantuk konten *internal branding*.



## EXECUTIVE SUMMARY

The writer did the improvement project towards XYZ Company as the clientele of super-union Jakarta within the time period of 4 months. The writer was assigned as a strategy supporting team with the valuation of planning the branding strategy as well as branding positioning, brand essence, and other subordinates such as brand story, brand personality and brand engagement in order to strengthen the identity of the brand.

First of all, in order to identify the actual problems of company XYZ, the writer has gathered all of the first data as well as the secondary data. Furthermore, the writer did the problem identification by using *Internal Factor Evaluation*, *External Factor Evaluation*, and *Internal External* matrix in particular purpose of having run-out steps for XYZ Company. As a result, as the way-out steps have been identified, which was market penetration, the writer has found the root cause by using flash bone analysis and interrelationship diagram which turned out that the vagueness brand identity was the actual problem.

In short, to formulate the solution of XYZ Company's problem, the writer divided into 3 alternative solutions. Consequently, weighted method appraisal gave the highest score of 3.6 for revitalization XYZ's brand as a master brand including to provide commercial vehicles and passenger vehicles with emotional and rational approach. Thus, the writer formulated the implementation activities divided by 3 terms ; short-

term that consists of positioning formulation and brand essence, medium-term that consists of brand story, brand personality as well as rejuvenation design and the long-term consists internal branding formulation.

