

**STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS MENGGUNAKAN COLABORASI
BRANDING DALAM MEMPERKUAT CORPORATE BRAND
(Study Kasus Klinik Kartika Surabaya dan Badan Fertilitas Signum)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

RIZKA AMELIA

1152000312

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS MENGGUNAKAN COLABORASI
BRANDING DALAM MEMPERKUAT CORPORATE BRAND
(Study Kasus Klinik Kartika Surabaya dan Badan Fertilitas Signum)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-I

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

RIZKA AMELIA

1152000312

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rizka Amelia M

NPM : 1152000312

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS MENGGUNAKAN COLABORASI BRANDING DALAM MEMPERKUAT CORPORATE BRAND (Study Kasus Klinik Kartika Surabaya dan Badan Fertilitas Signum)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

Surabaya, 28 Juni 2024

Disetujui oleh Dosen Pembimbing I

**Mohammad Insan Romadhan,
S.I.Kom., M.Med.Kom.**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 28 Juni 2024

Dewan Penguji :

1. Mohammad Insan Romadhan,
S.I.Kom., M.Med.Kom

Ketua

(.....)

2. Wahyu Kuncoro, S.T., M.Med.Kom

Anggota

(.....)

3. Nara Garini Ayoningrum, S.Tr.,
I.Kom., M.A.

Anggota

(.....)

Mengesahkan,

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dekan,



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rizka Amelia M
NBI : 1152000312
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Bisnis Menggunakan Collaborasi Branding Dalam Memperkuat Corporate Brand (Study Kasus Klinik Kartika Surabaya dan Badan Fertilitas Signum)

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (S1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang- undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 9 Juli 2024
Yang membuat Pernyataan



Rizka Amelia M



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizka Amelia M
NBI : 1152000312
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

“Strategi Komunikasi Bisnis Menggunakan Collaborasi Biranding Dalam Memperkuat Corporate Brand (Study Kasus Klinik Kartika Surabaya dan Badan Fertilitas Signum)”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : Selasa, 9 Juli 2024

Yang membuat Pernyataan



Rizka Amelia M

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS MENGGUNAKAN COLABORASI BRANDING DALAM MEMPERKUAT CORPORATE BRAND

(Study Kasus Klinik Kartika Surabaya dan Badan Fertilitas Signum)

Salah satu bentuk strategi komunikasi business suatu perusahaan untuk memperkuat brand imagenya adalah dengan kolaborasi branding. Berdasarkan literatur yang telah penulis analisis, mayoritas brand dan perusahaan yang melakukan inovasi kolaborasi brand ini adalah brand yang memiliki produk nyata seperti industri makanan dan minuman, fashion, skincare, dan sebagainya. penulis jarang menemukan adanya kolaborasi brand pada perusahaan yang berbentuk jasa dan fasilitas Penulis ingin mengetahui seberapa berpengaruh komunikasi bisnis dengan strategi kolaborasi brand ini dalam membangun citra perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif adalah karena metode ini menitikberatkan pada makna, kompleksitas, dan konteks. Berdasarkan hasil wawancara serta observasi yang dilakukan selama penelitian, ditemukan bahwa komunikasi bisnis yang dilakukan oleh kedua perusahaan merupakan komunikasi bisnis eksternal.

Dapat disimpulkan bahwa masing-masing perusahaan yang berkolaborasi dalam konteks penelitian ini memiliki strategi manajemen impresinya sendiri dalam menjalin kerja sama atau kolaborasi branding. Keberhasilan strategi komunikasi bisnis dan manajemen impresi kolaborasi branding kedua perusahaan terbukti dari data laporan jumlah pelanggan atau pasien yang meningkat dalam tiga bulan terakhir.

Kata Kunci : Komunikasi Bisnis, Kolaborasi Branding, Manajemen Impresi

ABSTRACT
BUSINESS COMMUNICATION STRATEGY USING BRANDING
COLLABORATION TO STRENGTHEN CORPORATE BRAND
(Case Study of Kartika Clinic Surabaya and Signum Fertility Agency)

One form of business communication strategy for a company to strengthen its brand image is through branding collaboration. Based on the literature that the author has analyzed, the majority of brands and companies that carry out brand collaboration innovations are brands that have real products such as the food and beverage industry, fashion, skincare, and so on. The author rarely finds brand collaboration in companies in the form of services and facilities. The author wants to know how influential business communication with this brand collaboration strategy is in building the company's image.

This research uses a qualitative approach. The reason researchers use a qualitative approach is because this method focuses on meaning, complexity and context. Based on the results of interviews and observations made during the research, it was found that the business communication carried out by the two companies was external business communication.

It can be concluded that each company collaborating in the context of this research has its own impression management strategy in establishing collaboration or branding collaboration. The success of the business communication strategy and impression management of the branding collaboration between the two companies is proven by data reporting an increase in the number of customers or patients in the last three months.

Keywords: Business Communication, Branding Collaboration, Impression Management

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Sang Maha Segalanya, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Strategi Komunikasi Bisnis Menggunakan Kolaborasi Branding Dalam Memperkuat Corporate Brand (Studi Kasus Klinik Kartika Surabaya dan Badan Fertilitas Signum)*" ini dapat selesai tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, pengajaran, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Tuhan yang maha esa Allah SWT. Terimakasih ya rab engkau beri nikmatmu pada ku tidak terhingga, Alhamdulillahirabbil ‘alamin.
2. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom. dan Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom. sebagai dosen pembimbing 1 dan 2 yang telah membimbing saya dari awal penulisan skripsi ini di buat ,serta tidak menyulitkan saya semasa penelitian ini di buat.
3. Kedua Orang tua saya, yang selalu senantiasa menyemangati dan memberikan energi afirmasi positif serta senantiasa mendengarkan keluhan penulis sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan keadaan baik secara mental maupun fisik
4. Bapak Cahyo dan Ibu Sonya yang telah penulis anggap seperti bapak dan ibu sendiri, karena jasanya yang tidak kalah banyak untuk penulis. Yang selalu membantu penulis dalam urusan domestik rumah dan support yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tanpa ada rasa beban.

5. Pambudi Luhur, yang telah menjadi jiwa dan sumber semangat serta inspirasi dari seluruh kehidupan yang sedang dan akan saya jalani, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya.
6. Teman seperjuangan penulis yang telah menemani penulis pada saat menjadi mahasiswa baru hingga kini saat penulisan skripsi. Michael, Dinda, Arum, Naufal, Koko, Deva, serta teman-teman lain nya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Saya menyadari masih banyaknya kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini. Maka dari itu, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritik dan saran yang berisifat membangun guna menyempurnakan Skripsi ini. Harapan penulis, Skripsi ini dapat bermanfaat sebagaimana mestinya .

Surabaya, 28 Juni 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'R' followed by the name 'Rizka Amelia' in a cursive script.

Rizka Amelia

DAFTAR ISI

STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS MENGGUNAKAN COLABORASI BRANDING DALAM MEMPERKUAT CORPORATE BRAND	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPS	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.1. Rumusan Masalah	4
1.2. Tujuan Penelitian	4
1.3. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kajian Teori	11
2.3. Landasan Konseptual	13
2.4. Kerangka Pemikiran	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1. Pendekatan Penelitian	17
3.2. Jenis Penelitian	17
3.3. Subjek dan Objek Penelitian	17
3.4. Metode Pengumpulan Data	18
3.5. Teknik Analisis Data	19
3.6. Keabsahan Data	20
BAB IV HASIL PENELITIAN	23

4.1. Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian	23
4.2. Analisa hasil Penelitian	26
BAB V KESIMPULAN.....	33
5.1. Kesimpulan	33
5.2. Rekomendasi.....	33
DAFTAR PUSTAKA.....	35
LAMPIRAN.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 : Gambar contoh collaborasi Branding	2
Gambar 4. 1 Logo Klinik Kartika Surabaya.....	23
Gambar 4. 2:Logo Badan Fertilitas Signum	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	36
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Skripsi	45
Lampiran 3 Surat Keterangan Turnitin	47
Lampiran 4 Hasil Turnitin.....	48
Lampiran 5 Lembar Revisi Sidang Skripsi (Dosen Pembimbing).....	67
Lampiran 6 Lembar Revisi Sidang Skripsi (Dosen Penguji 1)	68
Lampiran 7 Lembar Revisi Sidang Skripsi (Dosen Penguji 2.....	69