

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemahaman karyawan XYZ terhadap identitas merek perusahaan XYZ serta memformulasikan identitas merek perusahaan *New Company (New Co)*. Desain penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus tunggal, dimana menggunakan Teknik *in depth interview (IDI)* kepada partisipan. Partisipan dalam penelitian ini adalah karyawan dan manajemen XYZ dari berbagai level jabatan dan unit kerja.

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah dua belas (12) orang dengan berbagai level jabatan dan unit kerja untuk dapat mewakili seluruh karyawan dan manajemen XYZ. Hasil wawancara yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis konten, analisis kesamaan tema, dan analisis triangulasi sumber.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman karyawan XYZ atas identitas merek perusahaan XYZ lebih terpusat pada area pemasaran atau eksternal yakni identitas visual. Selanjutnya, terdapat beberapa kesamaan elemen antara kerangka identitas merek perusahaan XYZ dan *New Co*.

Kata kunci: identitas, identitas perusahaan, identitas merek perusahaan, *corporate brand identity matrix*, CBIM

ABSTRACT

This research aims to analyze the understanding of XYZ's employees towards XYZ's corporate brand identity and to formulate New Company (New Co)'s corporate brand identity. The research design is single case study method which uses in-depth-interview (IDI) techniques. Participants in this study were XYZ's employees and management from various levels of positions and work units.

Participants in this study amounted twelve (12) with various levels of positions and work units to represent all XYZ's employees and management. The results of the interview obtained were analyzed using content analysis, common theme analysis, and source triangulation analysis techniques.

The result obtained in this study indicate that XYZ's employees understanding of XYZ's corporate brand identity is more focused on the marketing area or external area, namely visual identity. Furthermore, there are several elements in common between XYZ and New Co's corporate brand identity framework.

Keywords: identity, corporate identity, corporate brand identity, corporate brand identity matrix, CBIM