



STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
PT. GILANG AGUNG PERSADA DALAM
MENGGOMUNIKASIKAN *BRAND* PRODUK
GUESS* DAN *CELINE

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

EMMY KHARISMA DEWI
44207110074

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Emmy Kharisma Dewi
Nim : 44207110074
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : *Strategi Marketing Public Relations* PT. Gilang Agung Persada
Dalam Mengkomunikasikan *Brand* Produk Guess dan Celine.

Jakarta, Juli 2013

Mengetahui,

Pembimbing

Dr. Farid Hamid, S. Sos, M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Emmy Kharisma Dewi
Nim : 44207110074
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : *Strategi Marketing Public Relations* PT. Gilang Agung Persada
Dalam Mengkomunikasikan *Brand* Produk Guess dan Celine.

Jakarta, Juli 2013

Disetujui dan Diterima Oleh :

Pembimbing

Dr. Farid Hamid, S.Sos, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Suryaning Hayati, SE, MM)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Emmy Kharisma Dewi
Nim : 44207110074
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Strategi Marketing Public Relations PT. Gilang Agung Persada
Dalam Mengkomunikasikan *Brand* Produk Guess dan Celine.

1. Ketua Sidang

Nama : Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si (.....)

2. Penguji Ahli

Nama : Ida Anggraeni Ananda, S.S, M.Si (.....)

3. Pembimbing

Nama : Dr. Farid Hamid S. Sos, M.Si (.....)

KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan banyak kesempatan dan rahmatnya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Strategi Marketing Public Relation PT Gilang Agung Persada Dalam Mengkomunikasikan Brand Produk Guess dan Celine**” sebagai salah satu syarat kelulusan Strata-I (S1) ilmu komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangat sulit untuk menempuh penyelesaian skripsi ini. Dalam penyusunan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah banyak mendukung dan membantu penulis, baik dari sisi moril maupun materil. Dengan demikian pada kesempatan ini, Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat baik hati dalam memberi pengarahan dan pencerahan
2. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM selaku Ketua Bidang Studi Public Relations
3. Bapak Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si selaku dosen ketua sidang yang telah telah menyediakan waktu atas terselenggaranya sidang skripsi ini
4. Ibu Ida Anggraini, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji ahli yang telah memberi banyak masukan.
5. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
6. Bapak Dr. A. Rahman H.I., MM., M.Si selaku wakil Dekan Fakutas Ilmu Komunikasi

7. Seluruh dosen pengajar S1 PKK Public Relations . Terima kasih atas ilmu dan bantuan yang akhirnya sangat membantu kelancaran proses pengerjaan skripsi ini. Serta staff yang bertugas dalam membantu kelancaran pengurusan Administrasi
8. Ayahanda Suyatno dan BundaMarmi kedua orang tua ku yang telah memberi cinta yang luar biasa, selalu memberi doa dan dukungan dalam segala hal dan kedua kakak tercinta ku terima kasih atas dukungan motivasi serta pendamping ku ka nde yang telah menemani tenaga dan waktu dalam proses skripsi ini.
9. Mbak Dina Djamilus selaku General Manager PT. Gilang Agung Persada yang telah memberikan izin melakukan penelitian, Mba Etsa selaku Senior Brand Manager Guess dan teman ku Jessica Bernadeth selaku Brand Manager Celine serta teman-teman team yang telah membantu untuk kelancaran menyelesaikan skripsi ini
10. Teman-teman mahasiswa PKK Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Public Relations angkatan 11, terima kasih atas pertemanan, pengalaman dan masukan selama masa perkuliahan
11. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungannya kepada Penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Akhir kata, penulis mengharapkan sumbangan kritik dan saran pembaca guna membangun untuk mendekati kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini

Jakarta, Juli 2013

Emmy Kharisma Dewi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	ii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Akademis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	5
2.2 Public Relations	7
2.2.1 Fungsi Dan Tugas Public Relation (PR)	8
2.2.2 Tujuan Public Relation (PR)	12
2.3 Strategi	14
2.3.1 Definisi Strategi	14
2.3.2 Perumusan Strategi	15

2.3.3	Strategi Public Relations	16
2.3.4	Manajemen Strategi Public Relations	21
2.3	Brand	23
2.3.1	Definisi Brand	23
2.3.2	Manfaat Brand	25
2.4	Produk	27
2.4.1	Kualitas Produk	27
2.4.2	Dimensi Kualitas Produk	30
2.4.3	Faktor - faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk ...	31
2.5	Marketing Public Relations.....	36
2.5.1	Pengertian Marketing Public Relations	36
2.5.2	Konsep Marketing Public Relations	41
2.5.3	Peranan dan Manfaat Marketing Public Relations	43
2.5.4	Kegiatan Marketing Public Relations	45
2.5.5	Publisitas dalam Marketing Public Relations	47
2.5.5.1	Pengertian Publikasi	47
2.5.5.2	Jenis – jenis Publikasi	49
2.5.5.3	Media Publikasi Marketing Public Relations	50
2.5.6	Strategi Marketing Public Relations	53
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1	Tipe Penelitian.....	58
3.2	Metode Penelitian.....	58
3.3	Nara Sumber / Key Informan.....	61

3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.4.1	Data Primer	64
3.4.2	Data Sekunder	65
3.5	Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	65
3.5.1	Definisi Konsep	65
3.5.2	Fokus Penelitian	66
3.6	Teknik Analisis Data	69
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	71
4.1.1	Sejarah PT. Gilang Agung Persada.....	71
4.1.2	Logo atau Identitas PT. Gilang Agung Persada	72
4.1.3	Visi dan Misi PT. Gilang Agung Persada	73
4.1.3.1	Visi	73
4.1.3.2	Misi	73
4.1.4	Brand Yang ditangani PT. Gilang Agung Persada.....	74
4.1.5	Struktur Organisasi PT. Gilang Agung Persada	74
4.2	Hasil Penelitian.....	77
4.2.1	Public Relations	77
4.2.2	Brand	80
4.2.3	Produk	80
4.2.4	Marketing Public Relations.....	81

4.2.5	Tujuan Strategi MPR PT. Gilang Agung Persada 82	
	dalam Mengkomunikasikan <i>Brand</i> Produk	
	Guess dan Celine	
4.2.6	Strategi MPR PT. Gilang Agung Persada 85	
	dalam Mengkomunikasikan <i>Brand</i> Guess	
4.2.7	Strategi MPR PT. Gilang Agung Persada 92	
	dalam Mengkomunikasikan <i>Brand</i> Celine	
4.2.8	Studi Kasus 93	
4.3	Pembahasan 95	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan..... 108	
5.2	Saran 110	
5.2.1	Saran Akademis 110	
5.2.2	Saran Praktis 110	
DAFTAR PUSTAKA		
TABEL		
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		