



STRATEGI KOMUNIKASI MEREK PERUSAHAAN
(*CORPORATE BRAND COMMUNICATION*)
PT LUXASIA INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi
Jenjang Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Public Relations

Disusun Oleh:
Muhsinin

44208110084

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PUBLIC RELATIONS

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Muhsinin

NIM : 44208110084

Fakultas/Jurusan : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Judul : Strategi Komunikasi Merek Perusahaan(*Corporate Brand Communication*) PT Luxasia Indonesia

Mengetahui

Pembimbing Skripsi

(Endri Listiani, S.IP, MSi)

Ketua Program Studi

Public Relations

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)



MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PUBLIC RELATIONS

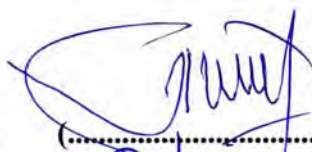
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

NAMA : Muhsinin
NIM : 44208110084
Fakultas/Jurusan : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul : Strategi Komunikasi Merek Perusahaan(*Corporate Brand Communication*) PT Luxasia Indonesia

Mengetahui

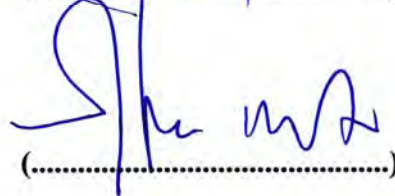
1. Ketua Sidang

Juwono Tri Atmodjo, S.Sos., M.Si


(.....)

2. Penguji Ahli

Heri Budianto, S.Sos, M.Si


(.....)

3. Pembimbing Skripsi

Endri Listiani. S.IP, MSi


(.....)



MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PUBLIC RELATIONS

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

NAMA : Muhsinin
NIM : 44208110084
Fakultas/Jurusan : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul : Strategi Komunikasi Merek Perusahaan(*Corporate Brand Communication*) PT Luxasia Indonesia

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing Skripsi

(Endri Listiani,S.IP,M.Si)

Ketua Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Program Studi

Public Relations

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Skripsi ini disajikan dalam bentuk buku yang sederhana. Adapun judul penulis skripsi adalah:

Strategi Komunikasi Merek Perusahaan

(*Corporate Brand Communication*)

PT Luxasia Indonesia

Tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan Program Strata Satu (S1) UNIVERSITAS MERCU BUANA. Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan hasil wawancara, observasi dan beberapa sumber literatur yang mendukung tulisan ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan skripsi ini tidak akan lancar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Endri Listiani, S.IP. M.Si Terima Kasih atas segala bimbingan, motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Ketua Jurusan Public Relations Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Public Relations Universitas Mercu Buana.

5. Ibu Khotijah yang merupakan ibunda peneliti yang selalu memberi support saat peneliti menemukan kesulitan.
6. PT Luxasia Indonesia atas informasi yang di berikan saat penulis meneliti .
7. Staff / karyawan / dosen di lingkungan Universitas Mercu Buana Jakarta
8. Miss Orie Lim selaku Head of Corporate Brand Communication PT. Luxasia Indonesia
9. Fitria Ferly selaku Brand Manager Coty Prestige brands PT. Luxasia Indonesia
10. Porman Rupianna selaku Technico Supervisor PT. Luxasia Indonesia
11. Orang tua tercinta dan keluarga yang telah memberikan dukungan moral maupun spiritual.
12. Catra Sukma Brata dan Dewi Sartika sahabat yang memberikan motivasi
13. Rekan seperjuangan di dalam menyelesaikan skripsi ini Yanthi Mutiara, Trias Siwi, Indah Setyaningsih, Mya savitri, Judith Beatrix, Kurnilia Sesfhi, Tania Ade, Noni Badraeni, Ratih Ayuningtyas, Niza Rachimzani, Arum Pusparini
14. Rekan-rekan mahasiswa kelas PR 13 dan PR 12.

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebut satu persatu sehingga terwujudnya penulisan ini. Peneliti menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu peneliti mohon kritik dan saran yang sifatnya membangun.

Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Jakarta, 29 Agustus 2010

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
TANDA LULUS	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Identifikasi Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	
2.1 Komunikasi	9
2.2.1. Pengertian Komunikasi	9
2.2.2. Proses Komunikasi.....	11
2.2.3. Konseptual Komunikasi.....	14
2.2.4. Fungsi Komunikasi	16
2.2.5. Ragam Tingkatan Komunikasi atau Konteks-Konteks Komunikasi	21

2.2	Public Relations	22
2.2.1.	Unsur-Unsur utama Public Relations.....	25
2.2.2.	Fungsi Utama Public Relations.....	26
2.2.3.	Tujuan Public Relations	26
2.2.4.	Peranan Public Relations.....	27
2.2.5.	Ruang Lingkup Tugas Public Relations.....	28
2.2.6.	Sasaran Kegiatan Public Relations	29
2.2.7.	Strategi Public Relations.....	30
2.3	Strategi	31
2.3.1	Strategi Komunikasi.....	31
2.4	Merk	36
2.4.1.	Pengertian Merk.....	36
2.5	Komunikasi Merek(<i>Brand Communications</i>).....	40
2.5.1.	Pengertian Komunikasi Merek.....	40
2.5.2.	Strategi Komunikasi Merek	40
2.6	<i>Corporate Communications</i>	50
2.6.1.	Pengertian <i>corporate communications</i>	50
2.6.2.	Ciri-ciri <i>corporate communications</i>	51
2.6.3.	Fungsi <i>corporate communications</i>	51
2.6.4.	Perspektif manajemen strategis pada komunikasi perusahaan(<i>corporate communications</i>)	60
2.6.5.	Komunikasi perusahaan (<i>corporate communications</i>) sebagai fungsi manajemen	61
2.6.6.	Strategi komunikasi merek perusahaan(<i>corporate communications</i>)	64

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian	76
3.2 Metode Penelitian	78
3.3 Definisi Konsep.....	78
3.3.1 Komunikasi	78
3.3.2 Strategi Komunikasi.....	79
3.3.3 Komunikasi Merek (<i>Brand Communications</i>).....	79
3.3.4 Merk	80
3.3.5 <i>Corporate communications</i>	80
3.3.6 Strategi komunikasi merek perusahaan(<i>corporate brand communication</i>).....	80
3.3.7 Public Relations(PR).....	81
3.4. Fokus Konsep.....	81
3.4.1 Strategi komunikasi merek perusahaan (<i>corporate brand communication</i>)	
3.5 Nara Sumber	86
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	87
3.6.1 Data Primer	87
3.6.2 Data Sekunder	88
3.7.Tehnik Analisis Data.....	89
3.8 Tehnik pemeriksaan Keabsahan Data	90

BAB IV GAMBARAN OBJEK DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	92
4.1.1 Sejarah Perusahaan	92
4.1.2 Visi PT Luxasia Indonesia	94
4.1.3 Misi PT Luxasia Indonesia	95
4.1.4 Produk PT Luxasia Indonesia	95
4.1.5 Struktur Organisasi PT Luxasia Indonesia.....	103
4.1.6 Struktur Organisasi Public Relations PT Luxasia Indonesia	104

4.1.7 Strategi Perusahaan	104
4.1.8 Sumber Daya Manusia PT Luxasia Indonesia	107
4.1.9 <i>Corporate brand communication</i> di PT Luxasia Indonesia.....	108
4.2 Hasil Penelitian	109
4.2.1. Tahapan-tahapan strategi komunikasi yang di lakukan <i>corporate brand communication</i> PT Luxasia Indonesia.....	110
4.3 Pembahasan	140
4.3.1 Strategi Komunikasi.....	140
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	156
5.2 Saran.....	158
5.2.1 Saran akademis.....	158
5.2.2 Saran Praktis	159
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
CV	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Draft Wawancara	
Lampiran II : Draft Wawancara dengan Head of Corporate Brand Communication	
Lampiran III : Draft Wawancara Brand Manager Coty Prestige brands	
Lampiran IV : Surat Perizinan dari PT Luxasia Indonesia	
Lampiran V : Dokumentasi kegiatan PR PT Luxasia Indonesia	