



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations

Judie Sjoftan  
44212120034

Peran Humas dalam Program Sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah (“Ukm”) dalam Upaya Meningkatkan Kesadaran akan Merek (Studi Kasus: Pada Pendaftaran Merek Barang dan Jasa di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual)

Jumlah Halaman : V Bab, 117 halaman

Bibliografi : 31 acuan, Tahun 1987 - 2013

### ABSTRAK

Merek adalah tanda, berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dan unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Program sosialisasi yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (“DJKI”) yaitu Direktorat Jenderal kerjasama pemberdayaan Kekayaan Intelektual berkoordinasi dengan Humas DJKI bertujuan lebih untuk memberikan informasi secara luas kepada publik khususnya para pelaku Usaha Kecil Menengah (“UKM”), sehingga mereka memiliki kesadaran dan pemahaman akan merek.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui alasan dari pelaku UKM yang belum mendaftarkan mereknya di DJKI dan mengetahui perencanaan program sosialisasi serta upaya yang dilakukan dalam memberikan informasi dan pemahaman kepada para pelaku bisnis khususnya UKM dengan menggunakan landasan teori dari manajemen *Public Relations* dari Cutlip, yaitu *fact finding, planning and programming, acting and communicating* dan *evaluating*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif kualitatif dimana mencoba untuk mendapatkan gambaran mengenai fenomena yang ada di lapangan terkait realitas yang ada. metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, dengan melakukan wawancara mendalam kepada nara sumber

Hasil penelitian ini membahas mengenai bagaimana program sosialisasi yang dilakukan oleh DJKI dalam menumbuhkan kesadaran dan pemahaman kepada UKM akan pentingnya pendaftaran merek barang dan jasa,

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa masih kurangnya pemahaman dan kesadaran para pelaku bisnis/UKM untuk mendaftarkan hasil intelektualnya di kantor Merek.

Kata Kunci: Sosialisasi, pendaftaran merek, Direktorat Jenderal Kekayaan, ukm Intelektual