



**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT BUSANA PERKASA
ABADI DALAM MENGEDEUKASI PELANGGAN TENTANG
PRODUK PALSU atau KW (Periode Januari-Juni 2017)**

SKRIPSI

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun oleh:

**NURMALA
44213110052**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul : Strategi Public Relations PT Busana Perkasa Abadi Dalam
Menedukasi Pelanggan Tentang Produk Palsu /Kw**

Nama : Nurmala
NIM : 44213110052
Fakultas : Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Jakarta, 23 Desember 2017

Mengetahui,
Pembimbing

(Yuni Tresnawati M.Ikom)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Strategi Public Relations PT Busana Perkasa Abadi Dalam
Menedukasi Pelanggan Tentang Produk Palsu /Kw**

Nama : Nurmala
NIM : 44213110052
Fakultas : Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 23 Desember 2017

Ketua Sidang,
Novi Erlita M.A

(.....)

Penguji Ahli,
Rika Yessica Rahma., M.Ikom.

(.....)

Pembimbing I,
Yuni Tresnawati M.Ikom

(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Strategi Public Relations PT Busana Perkasa Abadi Dalam
Menedukasi Pelanggan Tentang Produk Palsu /Kw**

Nama : Nurmala
NIM : 44213110052
Fakultas : Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 23 Desember 2017
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Yuni Tresnawati M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Public Relations

(Ponco Budi Sulistyo, M. Comm, Ph. D)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya lah saya dapat menyelesaikan Skripsi Metodologi Penelitian Kualitatif dengan judul “ Strategi *Public Relations* PT Busana Perkasa Abadi Dalam Mengedukasi Pelanggan Tentang Produk palsu atau KW “ Penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi gelar sarjana strata satu (S1). Dalam penulisan ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat, dan saran dari berbagai pihak, khususnya pembimbing, segala hambatan tersebut dapat diselesaikan dengan baik.

Selanjutnya dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak diberi bantuan oleh berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus ingin berterima kasih banyak kepada:

1. Ibu Yuni Tresnawati, M.IKom, selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berarti dalam pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Elly Yuliawati, M.Si, selaku ketua bidang studi *Public relations* atas dalam kemudahan dalam hal administrasi dan saran akademik sehingga peneliti dapat melaksanakan dan menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comm, P.hD, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan masukan pada peneliti selama masa perkuliahan.
5. Para Dosen Universitas Mercu Buana: Bapak Dr. Iskandar, M.Si, Bapak Drs. Sofiandy Zakaria, M.Psi, Bapak Drs. Marwan Mahmudi, M.Si, Dr. Abdul Rahman HI, M.Si, Bapak Juwono Tri Atmodjo M.Si, Bapak Enjang Pera

6. Irawan., M.IKom, Bapak Hendrata Yudha, M.IKom, Ibu Novi Erlita, MA, Ibu Suryaning Hayati, MM, Ibu Dewi Sad Tanti, M.Si, Ibu Irmulan Sati, M.Si, Ibu
7. Sabena, M.Ikom, yang selama masa perkuliahan dari awal semester hingga akhir semester telah mencurahkan ilmunya demi kemajuan peneliti.
8. Keluarga tercinta, terutama Ibu Murniati selaku ibu yang sangat saya cintai yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat dalam perkuliahan dan penyusunan proposal ini.
9. Ibu Suhana Kusnadi sebagai CEO PT Busana Perkasa abadi, yang telah memberikan izin dalam informasi data-data yang dibutuhkan selama penyusunan proposal ini.
10. Para nara sumber PT Busana Perkasa Abadi : Ms Arini Gumilang, Ms Fitria, Ms Ade Maria, Dan pelanggan dari *brand Versace* : Ms Nurfitiyani yang sudah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menggali dan memperoleh informasi serta data-data yang berhubungan dengan penelitian.
11. Rekan-rekan seperjuangan di Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana: Bunda laili, Adel, Adinda, Ain, Replina, Dian, Desy, Intan, team unyu Korean girls Nisa, Saskia, Puji, yang bersama-sama saling mendukung dan memberikan semangat, sehingga semuanya terasa lebih ringan dalam penyelesaiannya.

Akhir kata, peneliti sangat berharap bahwa nantinya skripsi akan bermanfaat dan berguna untuk para pembaca dan dapat mengimplementasikan di kehidupan sehari-hari terutama di dunia komunikasi.

Jakarta, Maret 2017

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Identifikasi Permasalahan	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	11
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian terdahulu.....	12
2.2 Komunikasi	13
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	13
2.2.3 Komunikasi Organisasi.....	15
2.2.4 Aliran Komunikasi Organisasi.....	15
2.3 Public Relations.....	18
2.3.1 Pengertian Public Relations	18
2.3.2 Peran Public Relations	19
2.3.4 Tujuan Public Relations	21
2.4 Strategi	22
2.4.1 Pengertian Strategi.....	22
2.4.2 Konsep Strategi	23

2.4.3	Tahapan-Tahapan Strategi	24
2.4.4	Faktor-faktor yang Mendukung Pelaksanaan Strategi.....	25
2.4.5	Strategi <i>Public Relations</i>	28
2.4.6	Proses Perencanaan Strategis PR.....	29
2.5	Kegiatan Public Relations	30
2.5.1	<i>Special Event</i>	33
2.5.2	Fungsi <i>Special Event</i>	34
2.5.3	Tujuan <i>Special Event</i>	34
2.5.4	Prinsip-prinsip Penyelenggaraan <i>Event</i>	35
2.6	Edukasi.....	35
2.6.1	Pengertian Edukasi	35
2.6.2	Konsep Edukasi	36
2.7	<i>Customer</i> (Pelanggan).....	38
2.7.1	Pengertian <i>Customer</i> (Pelanggan)	38
2.7.2	Tipe Pelanggan	39
2.7.3	Kepuasan Pelanggan.....	40
2.8	Produk	42
2.8.1	Pengertian Produk.....	42
2.8.2	Kategori Produk.....	43
2.8.3	Produk KW atau produk palsu atau produk Imitasi	44
2.8.4	Undang-Undang Produk Palsu	46
2.8.5	<i>Tips</i> membedakan barang Asli dan Palsu	49
2.8.6	Kerugian membeli barang palsu/ KW	53
BAB III	55
METODE PENELITIAN	55
3.1	Paradigma Penelitian	55
3.1.1	Pengertian Paradigma	55
3.2	Tipe Penelitian.....	56
3.3	Metode Penelitian	56
3.4	Subyek Penelitian	57
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.5.1	Data Primer (Wawancara Mendalam)	59
3.5.2	Data Sekunder	60
3.6	Teknik Analisa Data	60

3.7	Teknik Penarikan Keabsahan Data.....	62
BAB IV		64
GAMBARAN UMUM TENTANG PENELITIAN.....		64
4.1	Sejarah Perusahaan	64
4.1.1	Misi Perusahaan.....	65
4.1.2	Filosofi Nama PT. Busana Perkasa Abadi.....	65
4.1.3	Stuktur Organisasi PT Busana Perkasa Abadi	66
4.1.4	Kegiatan Struktur Organisasi	67
4.1.4.1	Departement PR & Marketing Public Relations.....	67
4.1.5	Kegiatan <i>Public Relations & Marketing Public Relations</i> di PT. Busana Perkasa Abadi.....	67
4.1.5.1	Proses dalam Pelaksanaan Event	67
4.1.5.2	Kerjasama dengan pihak Bank	69
4.1.5.3	Kerjasama dengan pihak media cetak(Majalah).....	70
4.1.5.4	Membuat Laporan.....	71
4.2	Hasil Penelitian.....	71
4.2.1	Mengidentifikasi problem terkait produk palsu atau KW	72
4.2.2	Perencanaan strategi dan Pemrograman terkait mengedukasi pelanggan tentang produk KW.....	74
4.2.3	Taktik Komunikasi	79
4.2.4	Evaluasi Program.....	80
4.3	Pembahasan.....	81
5.1	Simpulan	87
5.2	Saran	88

LAMPIRAN
DAFTAR PUSTAKA
CURRICULUM VITAE

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Perbedaan Barang Palsu Dan Asli	51
Gambar 2 Perbedaan Barang Palsu Dan Asli	51
Gambar 3 Perbedaan Barang Palsu Dan Asli	53
Gambar 4 Perbedaan Barang Palsu Dan Asli	54
Gambar 5 Struktur Organisasi PT Busana Perkasa Abadi	67

