



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*

Nama :Nurmala  
Nim :44213110052  
Judul :Strategi *Public Relations* PT Busana Perkasa Abadi Dalam  
Menedukasi Pelanggan Tentang Produk Palsu atau Produk KW  
Bibliografi : 90 Hal + 5 Bab + 10 Lampiran + 27 Buku (Tahun 2002 – 2014)  
+ 4 Jurnal (Tahun 2001 – 2015)

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi *public relations* sebuah perusahaan dalam memberikan edukasi kepada pelanggan tentang produk palsu atau produk Kw, mengingat tidak semua orang memahami tentang perbedaan produk asli dan produk palsu.

Penelitian ini menggunakan proses perencanaan strategis *public relations* dalam buku Scott M.Cutlip yang mencakup empat proses perencanaan meliputi: meidentifikasi masalah, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan berkomunikasi, mengevaluasi program Serta menggunakan teori pendukung diantaranya Definisi Komunikasi Organisasi dimana komunikasi organisasi mencakup peranan dalam suatu perusahaan atau organisasi dalam berkomunikasi dari mulai hubungan yang dibangun, baik itu atasan atau bawahan bahkan komunikasi antar kesetaraan level.

Penelitian ini menggunakan paradigma ~~CCC~~ kontruksi yang memandang bahwa kenyataan itu hasil kontruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan tipe studi kasus yang menelaah satu kasus secara *insentif*, mendalam, mendetail, dan *komprehensif*. Metode yang digunakan adalah wawancara kepada *key informan* dan *non-key informan* yang berjumlah 6 orang. Teknik pengumpulan data diperoleh dari data lapangan, manusia sebagai alat penelitian, observasi, wawancara, dan dokumen terkait yang sesuai dan memenuhi kriteria penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam setiap melakukan strategi komunikasi khususnya dalam penyampaian informasi di perlukan langkah yang tepat, agar setiap informasi dapat tersampaikan sesuai dengan target sasaran baik itu internal maupun eksternal dengan melakukan analisa situasi sesuai dengan tujuan strategi yang akan dilakukan.