



**AKTIVITAS *MARKETING PUBLIC RELATIONS MIRACLE*  
*MATES* DALAM MENGHADAPI PESAING BIDANG  
*FASHION* DI KOTA BANDUNG**

**TUGAS AKHIR**

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

**Disusun Oleh:**

**Dewi Yunita**

**44219110100**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Yunita

NIM : 44219110100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **AKTIVITAS *MARKETING PUBLIC RELATIONS MIRACLE MATES* DALAM MENGHADAPI PESAING BIDANG *FASHION* DI KOTA BANDUNG**

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 22 Agustus 2024

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Dewi Yunita

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Dewi Yunita

NIM : 44219110100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Marketing Public Relations Miraclemates Dalam Menghadapi Pesaing Bidang Fashion di Kota Bandung

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh :

Pembimbing 1 : Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH, M,Si

NIDN : 0330077301

Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, M.A

NIDN :0303069401

Penguji Ahli : Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc)

NIDN :0318109301



MERCU BUANA

Jakarta, 22 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Aktivitas *Marketing Public Relations Miracle Mates* dalam menghadapi pesaing Bidang *Fashion* di Kota Bandung” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan tenma kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH, M,Si selaku dosen pembimbing atas bimbingan serta saran yang telah diberikan selama penulisan skripsi.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Kepada seluruh dosen fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang telah diajarkan kepada penulis
4. Kepada mamah maryati yang telah memberikan doa serta materi yang diberikan kepada penulis
5. Kepada teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi

Jakarta, 22 Agustus 2024

Dewi Yunita

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dewi Yunita  
NIM : 44219110100  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan skripsi : **AKTIVITAS *MARKETING PUBLIC RELATIONS MIRACLE MATES* DALAM MENGHADAPI PESAING BIDANG *FASHION* DI KOTA BANDUNG**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Dewi Yunita



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations  
Dewi Yunita  
44219110100

Aktivitas Marketing *Public Relations* *Miraclemates* Dalam Menghadapi Pesaing  
Bidang *Fashion* di Kota Bandung

Jumlah Halaman: 86 halaman + xii lampiran  
Bibliografi: 11 Buku referensi + 5 Jurnal + 1 Artikel

### ABSTRAK

Berbagai perusahaan berlomba lomba meningkatkan kreatif bisnisnya yang membuat strategi pemasaran harus sesuai target agar tetap bertahan dan menguasai pasar. Strategi pemasaran menurut Bannet, merupakan pernyataan mengenai bagaimana suatu merek atau lini merek mencapai tujuannya. Persaingan clothing brand yang sangat ketat di kota Bandung ini tentunya menjadi sebuah tantangan bagi Miracle Mates sebagai salah satu brand yang berkecimpung di dunia fashion, hal ini dikarenakan terbukti bahwa dari dampak pesatnya persaingan dan pertumbuhan pesaing berpengaruh secara langsung terhadap penurunan hasil penjualan Miracle Mates Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas marketing public relation seperti apa yang digunakan Miracle Mates dan untuk mengetahui bagaimana peranan divisi Marketing Communications dalam menjalankan aktivitas Marketing Public Relations di Miracle Mates.

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara, informan dalam penelitian ini adalah owner, divisi marketing public relations, dan konsumen Miracle Mates Bandung. teknik analisis data dengan menggunakan teknik kualitatif dengan teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa aktivitas marketing public relation yang digunakan Miracle Mates adalah giveaway dan content marketing serta dengan menggunakan media sosial Instagram dan Tiktok. Sedangkan peran divisi Marketing Communications adalah peran transformasi komunikasi, memposting produk-produk baru, memberikan informasi mengenai event-event, melakukan komunikasi dalam hal promosi, merespon kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen, memiliki keterampilan dalam bernegosiasi dengan pelanggan, hal ini bertujuan agar terjalinnya saling pengertian yang positif.

**Kata Kunci:** Aktivitas, *Marketing Public Relations*, Bidang, *Fashion*



*Mercu Buana University  
faculty of Communication  
Public Relations Study Field  
Goddess Yunita  
44219110100*

*Miraclemates Marketing Public Relations Activities in Facing Competitors in the Fashion Field in Bandung City*

*Number of Pages: 86 pages + xii attachments*

*Bibliography: 11 Reference books + 5 Journals + 1 Article*

#### **ABSTRACT**

*Various companies are competing to improve their business creativity, which means marketing strategies must be on target in order to survive and dominate the market. Marketing strategy, according to Bannet, is a statement about how a brand or brand line achieves its goals. The very tight competition for clothing brands in the city of Bandung is certainly a challenge for Miracle Mates as one of the brands involved in the world of fashion, this is because it has been proven that the impact of rapid competition and the growth of competitors has a direct influence on the decline in sales results of Miracle Mates Bandung. This research aims to find out what kind of marketing public relations activities are used by Miracle Mates and to find out the role of the Marketing Communications division in carrying out Marketing Public Relations activities at Miracle Mates.*

*The research method in this study uses a descriptive qualitative research method with a qualitative approach. The data collection method uses interview techniques, the informants in this research are the owner, marketing public relations division, and consumers of Miracle Mates Bandung. Data analysis techniques use qualitative techniques with data validity checking techniques using source triangulation.*

*Based on the results of the research, it shows that the public relations marketing activities used by Miracle Mates are giveaways and content marketing as well as using social media Instagram and Tiktok. Meanwhile, the role of the Marketing Communications division is the role of communication transformation, posting new products, providing information about events, communicating in terms of promotions, responding to criticism and suggestions given by consumers, having skills in negotiating with customers, this aims to ensure that positive mutual understanding.*

**Keywords:** *Activities, Marketing Public Relations, Field, Fashion*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teoritis .....	16
2.2.1 <i>Public Relations</i> .....	17
2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i> .....	16
2.2.3 <i>Marketing Public Relations</i> .....	18
2.2.4 Peran dan Fungsi <i>Marketing Public Relations</i> .....	22
2.2.5 Manfaat <i>Marketing Public Relations</i> .....	24
2.2.6 Analisis Lingkungan.....	24
2.2.6.1 Lingkungan Eksternal .....	27
2.2.6.2 Lingkungan Internal.....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	30
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Subyek Penelitian .....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.4.1 Data Primer .....	33
3.4.2 Data Sekunder .....	34
3.5 Teknik Analisis Data .....	34
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	36



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
4.2 Hasil Penelitian .....	40
4.3 Pembahasan .....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan .....	74
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Saran Akademis.....	76
5.2.2 Saran Praktis.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN .....	79



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis Industri Kreatif di Kota Bandung .....	2
Tabel 1.2 Survey Awal <i>Miracle Mates</i> .....	3
Tabel 1.3 Survey Awal <i>Miracle Mates</i> .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Penjualan <i>Miracle Mates</i> Tahun 2022 .....	5
Gambar 4.1 Logo Prusahaan .....	38
Gambar 4.2 <i>Content Marketing Miracle Mates</i> .....	47
Gambar 4.3 Paid Media <i>Miracle Mates</i> .....	49
Gambar 4.4 Akun Media Sosial Instagram <i>Miracle Mates</i> .....	54
Gambar 4.5 Akun Media Sosial Tiktok <i>Miracle Mates</i> .....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara .....	80
Lampiran 2. Transkrip Wawancara .....	82
Lampiran 3: Dokumentasi Penelitian .....	90
Lampiran 4: Daftar Riwayat Hidup ( <i>Curriculum Vitae</i> ) Peneliti .....	93

