

**STRATEGI PENANGANAN ISU BLACK
CAMPAIGN PEMANIS DAN PENGAWET
BUATAN PADA PRODUK MINUMAN (OKKY
JELLY DRINK) PT GARUDAFOOD PUTRA
PUTRI JAYA**

SKRIPSI

Program Studi Teknik Industri

Disusun oleh :

Nama : Hani Wijaya
NIM : 41607120036
Jurusan : Teknik Industri



**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
PROGRAM KULIAH SABTU MINGGU
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2009**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hani Wijaya
Nim : 41607120036
Jurusan : Teknik Industri
Fakultas : Teknologi Industri
Angkatan : XII



Menyatakan dengan sungguh – sungguh bahwa Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang disebutkan sumbernya.

Jakarta, 27 Januari 2010

(Hani Wijaya)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul :

STRATEGI PENANGANAN ISU BLACK CAMPAIGN PEMANIS DAN
PENGAWET BUATAN PADA PRODUK MINUMAN (OKKY JELLY DRINK)
PT GARUDAFOOD PUTRA PUTRI JAYA

Nama : Hani Wijaya
Nim : 41607120036
Jurusan : Teknik Industri

Yayasan Mercu Buana	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan	
Sumber :	Jumbangan
Tanggal :	8 Maret '10
No. Reg. :	1. 509103319
	2. STI/16/10/027

Tugas Akhir ini telah diterima dan diujikan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Januari 2010

Mengetahui,

Pembimbing Tugas Akhir

Koordinator TA / Ketua Jurusan



(Ir. Herry Agung Prabowo M.Sc.)

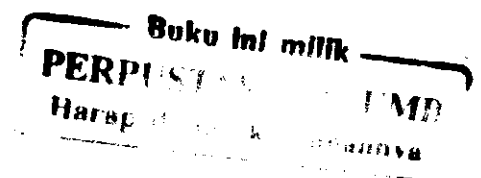
(Ir. Muhammad Kholil, MT)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas petunjuknya serta rahmat dan berkat yang diberikan – Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian Tugas Akhir yang berjudul : Strategi Penanganan Isu Black Campaign Pemanis dan Pengawet Buatan Pada Produk Minuman (Okky Jelly Drink) PT GarudaFood Putra Putri Jaya

Penyusunan laporan Tugas Akhir ini ajukan untuk memenuhi persyaratan Ujian Akhir Program Sarjana pada Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang setinggi – tingginya pada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan , petunjuk dan bimbingan baik selama masa penelitian dalam penyelesaian laporan ini, rasa terimakasih yang sebesar – besarnya penulis ucapkan kepada :



1. Istriku Indah Kurniawaty dan *my little prince* Ganesha Athia Wijaya yang sangat saya cintai dan sebagai pemacu semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Dr.Ir. Suharyadi, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana yang telah memberikan kepercayaan dan dukungannya untuk penyelenggaraan Program Kelas Sabtu – Minggu ini.
3. Ir. Herry Agung Prabowo M.Sc, selaku pembimbing Tugas Akhir, yang ide – idenya sangat mewarnai penulisan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Ir. Muhammad Kholil, MT selaku Ketua Jurusan Teknik Industri yang selalu memberikan dorongan semangat dalam menempuh pendidikan dan penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Seluruh rekan – rekan di Jurusan Teknik Industri angkatan 12 PKSM Universitas Mercu Buana.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa, memberikan rahmat dan balasan yang setimpal atas bantuan dan jasa – jasanya. Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dan bermanfaat bagi penulis sendiri dan bagi semua pihak yang memerlukannya, Amin.

Jakarta, 27 Januari 2010

TTD

(Hani Wijaya)

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Perumusan Masalah	5
1.3	Pembatasan Masalah	5

1.4	Tujuan Penelitian	6
1.5	Metode Pengumpulan Data	7
1.6	Sistematika Penulisan	8

BAB II DASAR TEORI

2.1	Teori Strategi.....	10
2.2	Konsep Pemasaran dan Prilaku Konsumen.....	11
2.3	Brand Awareness	15
2.4	Brand Loyalty	18
2.5	Bullying Image	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Penelitian Pendahuluan	21
3.2	Identifikasi Masalah	22
3.3	Studi Pustaka	22
3.4	Tipe dan Sifat Penelitian	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data	24
3.6	Teknik Pengolahan Data	26

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Sejarah Perusahaan	27
4.2	Struktur Organisasi Perusahaan	30
4.3	Produk PT GarudaFood Putra Putri Jaya	31
4.4	Prestasi Produk Minuman GarudaFood	38
4.5	Peraturan Bahan Tambahan Pangan	39
4.6	Penggunaan Pemanis Buatan	45

4.7	Penentuan Narasumber	46
4.8	Depth Interview	47
4.9	Monitoring Publikasi Media	54
4.10	Pengaruh Isu Black Campaign Terhadap Penjualan	55
4.11	Crisis Communication Team	59

BAB V ANALISA

5.1	Dampak Isu Black Campaign Pemanis dan Pengawet Buatan.....	63
5.2	Skenario Penanganan Krisis.....	65
5.3	Perumusan Langkah Strategis.....	66

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	68
6.2	Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Pemanis Buatan beserta contoh penggunaannya dan ambang batas	43
Tabel 2. Tingkat Kemanisan Pemanis Buatan	44
Tabel 3. Kronologis dan Langkah Tindak Lanjut.....	53
Tabel 4. Skenario Penanganan Krisis.....	60



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Bagan Metodologi Penelitian	26
Gambar 2 : Bagan Struktur Organisasi PT GarudaFood Putra Putri Jaya	30
Gambar 3. Varian Produk Okky Jelly Drink.....	33
Gambar 4 : Okky Bollo Drink Orango.....	35
Gambar 5 : Okky Koko Drink varian Strawberry.....	36
Gambar 6 : Varian produk mountea	37
Gambar 7: Grafik Resume Media Monitoring	54
Gambar 8. Grafik Penurunan Pencapaian Penjualan Okky Jelly Drink 2006	56
Gambar 9. Pencapaian Penjualan Okky Jelly Drink Jateng II 2007	57
Gambar 10 : Pencapaian Penjualan Okky Jelly Drink Depo Lenteng Agung 2008	58