

**TINJAUAN KEGIATAN PUBLIC RELATION TERHADAP CHAKI CLUB
SEBAGAI BAGIAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI KFC
RIAU-BANDUNG**

*(REVIEW OF PUBLIC RELATION ACTIVITIES TOWARDS CHAKI CLUB
AS THE PART OF SALES INCREASING IN KFC RIAU-BANDUNG)*

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan untuk menempuh Ujian Akhir pada Program Studi Pemasaran Program
Diploma 3 Pemasaran
Institut Manajemen Telkom

SILVIA PARAMITA DEWI

108600018



**INSTITUT MANAJEMEN TELKOM
SEKOLAH ADMINISTRASI BISNIS DAN KEUANGAN
BANDUNG
2011**

LEMBAR PENGESAHAN

**TINJAUAN KEGIATAN PUBLIC RELATION TERHADAP CHAKI CLUB
SEBAGAI BAGIAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI KFC
RIAU-BANDUNG**

*(REVIEW OF PUBLIC RELATION ACTIVITIES TOWARDS CHAKI CLUB AS
THE PART OF SALES INCREASING IN KFC RIAU-BANDUNG)*

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan untuk menempuh Ujian Akhir pada Program Studi Pemasaran Program
Diploma 3 Pemasaran
Institut Manajemen Telkom

Oleh:

Silvia Paramita Dewi
108600018

Bandung, Juli 2011

Menyetujui
Pembimbing

Sampurno Wibowo SE.,M.Si

NIP.11660817-1

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Silvia Paramita Dewi

NPM : 108600018

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Tugas Akhir ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, pemaparan asli dari saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan ujian Tugas Akhir Diploma 3 dari Perguruan Tinggi lain. Jika terdapat karya orang lain, akan dicantumkan sumber secara jelas.

Atas pernyataan ini, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran yang menunjukkan ketidakaslian karya ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang berlaku di Perguruan Tinggi ini .

Bandung, Juli 2010

Silvia Paramita Dewi

NPM. 108600018

ABSTRAK

Silvia Paramita Dewi, 108600018, “ Tinjauan Kegiatan Public Relation Terhadap Chaki Club Sebagai Bagian Dalam Meningkatkan Penjualan di KFC Riau-Bandung” dengan bapak Sampurno Wibowo. SE.,M.Si selaku dosen pembimbing laporan tugas akhir, Jurusan Manajemen Pemasaran, Program Diploma III.

Kentucky Fried Chicken (KFC) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang makanan siap saji. Dalam menanamkan *brand image* ke konsumen, KFC Riau-Bandung menggunakan *public relation* dalam mewujudkan tujuannya. *Public relation* merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan baik di dalam maupun di luar, antara perusahaan dengan konsumen yang bertujuan untuk menanamkan *brand image* ke benak konsumen. Kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh KFC Riau-Bandung adalah membuat kegiatan yang berhubungan dengan anak-anak seperti *chaki club* dalam upaya menanamkan *brand image* ke benak konsumen.

Metode yang dilakukan dalam pengamatan ini adalah metode deskriptif, yaitu suatu kegiatan mengumpulkan data dimana seterusnya data-data tersebut diolah sehingga dapat diambil kesimpulan. Metode penelitian yang digunakan adalah teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan data dengan menggunakan teknik-teknik seperti penelitian kepustakaan, penelitian lapangan, dan wawancara.

Hasil dari pengamatan yang dilakukan bahwa kegiatan *public relation* yang dilakukan KFC Riau-Bandung memiliki tujuan dalam menanamkan *brand image* ke konsumen, mempromosikan produk serta membantu dalam penjualan. Jika *brand image* yang diberikan *public relation* ke konsumen dapat diterima dengan baik dan mendapatkan nilai positif, maka dengan adanya kegiatan yang ada di KFC Riau - Bandung telah berhasil dalam menanamkan *brand image* ke konsumen. Ini terlihat dari kegiatan dan anggota *chaki club* setiap bulan mengalami peningkatan.

ABSTRACT

Silvia Paramita Dewi, 108600018, "Review of Public Relation Activities Towards Chaki Club As The Part of Sales Increase in KFC Riau-Bandung" Mr Sampurno Wibowo as the supervisor reports the final task, majoring in Marketing Management, Diploma III.

Kentucky Fried Chicken (KFC) is one company engaged in the ready meals. In instill brand image to consumers, KFC Riau-Bandung using public relations in realizing corporate objectives. Public relations is a communication made by companies both inside and outside, between companies and consumers that aims to instill brand image into the minds of consumers. Public relations activities undertaken by KFC Riau-Bandung is make the activities associated with children such as chaki club in an effort to instill brand image into the minds of consumers.

The method used in this observation is descriptive method, which is an activity which collects data so the data is processed so that it can be deduced. The research method used is the technique of data collection and data processing techniques by using techniques such as library research, fieldwork, and interviews.

The results of the observations made that public relations activities undertaken by KFC Riau-Bandung have a purpose in instilling brand image to consumers, promote products and assist in sales. If the brand image of public relations is given to consumers were well received and get a positive value, then the presence of existing activities in the KFC Riau-Bandung has succeeded in instilling a brand image to consumers. This can be seen from the activities and members chaki club each month has increased.

KATA PENGANTAR

Sujud syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikanNya akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Amd bidang studi Manajemen Pemasaran pada Intitut Manajemen Telkom, Bandung dengan judul Tinjauan Kegiatan Public Relation Terhadap Chaki Club Sebagai Bagian Dalam Meningkatkan Penjualan di KFC Riau-Bandung .

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi materi maupun bahasannya, namun penulis berusaha untuk menyajikan yang terbaik. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dan kemampuan serta pengetahuan yang dimiliki penulis.

Penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat berguna untuk kepentingan akademis dan perusahaan tempat penulis mengadakan penelitian untuk menjadi acuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Lebih lanjut, Tugas Akhir ini bukanlah merupakan proses akhir bagi penulis untuk menggali ilmu pengetahuan tetapi merupakan titik tolak bagi penulis untuk menggali dan membina ilmu penegtahuan lebih lanjut, sehingga dengan selesainya penyusunan Tugas Akhir ini merupakan kebanggaan dan kebahagiaan tersendiri bagi penulis. Untuk itu dengan rendah hati penulis mohon saran kritik yang membangun dari semua pihak.

Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu, sehingga Tugas Akhir

ini dapat terselesaikan. Dengan rasa hormat dan hati yang tulus penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Sampurno Wibowo selaku Kaprodi D-3 Manajemen Pemasaran dan pembimbing yang telah memberikan dukungan dan saran dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Dadang Iskandar selaku dosen Institut Manajemen Telkom serta penguji yang telah memberikan beberapa pertanyaan sehingga penulis dapat lulus dengan hasil yang baik.
3. Bapak-bapak dan Ibu-ibu dosen sebagai pengajar di Institut Manajemen Telkom yang selama ini telah memberikan ilmu yang sangat berarti bagi penulis sekarang dan nantinya.
4. Keluarga yang tercinta terima kasih atas kasih sayang, dorongan, serta doa yang luar biasa.
5. Buat teman satu kosan Anna Anggia Annisah dan Diah Wahyuni yang selalu menemani dan mendukung dalam penyusunan Tugas Akhir ini sampai selesai.
6. Untuk keluarga kecil D-3 Manajemen Pemasaran'08 Anna, Diah, Zesi, Arif, Asrul dan Mirza yang sama-sama membuat tugas akhir dan selalu memberikan motivasi satu sama lain serta untuk orang yang paling spesial yang telah memberikan semangat serta dukungannya selama penulis menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
7. Untuk teman-teman satu angkatan D-3 Manajemen Pemasaran'08, penulis ucapkan terimakasih atas selama ini dan semoga sukses di kemudian hari

8. Untuk KFC Riau-Bandung yang telah memberikan informasi tentang *public relaiton* serta waktu kepada penulis sehingga dapat membantu dalam menyelesaikan laporan tugas akhir hingga selesai
9. Bapak Asep selaku *public relation* di KFC Riau yang telah meluangkan waktu serta memberikan data yang penulis inginkan.

Akhir kata penulis berdoa semoga semua bantuan dan kebaikan yang telah diberikan dibalas olehNya. Amin

Bandung, Juli 2011

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan	3
1.4 Kegunaan	4
1.5 Metode Pendekatan	4
1.5.1 Teknik Pengumpulan Data	5
1.5.2 Teknik Pengolahan Data	6
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	7
BAB 11 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.2 Public Relation	9
2.2.1 Pengertian Public Relation	9
2.2.2 Fungsi Public Relation	10

2.2.3 Tujuan Public Relation	11
2.2.4 Sarana Public Relation	14
2.2.5 Pelaksanaan Public Relation	17
BAB III OBJEK OBSERVASI	19
3.1 Objek Observasi	19
3.2 Gambaran Umum Perusahaan	19
3.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	19
3.2.2 Profil Perusahaan	20
3.3 Gambaran Umum KFC Riau-Bandung	22
3.3.1 Sejarah Singkat KFC Riau-Bandung	22
3.4 Visi dan Misi Perusahaan	23
3.4.1 Visi Perusahaan	23
3.4.2 Misi Perusahaan	23
3.5 Struktur Organisasi	21
BAB IV HASIL OBSERVASI DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Hasil Observasi	27
4.1.1 Kegiatan Public Relation di KFC Riau-Bandung	27
4.1.2 Tujuan Pelaksanaan Public Relation di KFC Riau-Bandung	32
4.2 Pembahasan Hasil Observasi	34
4.2.1 Kegiatan Public Relation di KFC Riau-Bandung	34
4.2.2 Tujuan Pelaksanaan Public Relation di KFC Riau-Bandung	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	40

DAFTAR TABEL

Tabel 4.5 Data kegiatan chaki club serta anggota chaki club
bulan April-Mei 2011

Tabel 4.6 Data penjualan

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tujuan Public relation adalah mengubah sikap public

Gambar 3.2 Struktur Organisasi Restoran

Gambar 4.3 Boneka Chaki

Gambar 4.4 Ulang Tahun