

STRATEGI KOMUNIKASI
FALVAN KONVEKSI DALAM MEMPERBAIKI CITRA
PRODUK

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1 Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Muhammad Naufal Ardhi Purnama

NBI. 1151700242

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

**STRATEGI KOMUNIKASI
FALVAN KONVEKSI DALAM MEMPERBAIKI CITRA
PRODUK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1 Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Muhammad Naufal Ardhi Purnama

NBI. 1151700242

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Naufal Ardhi Purnama

NBI : 1151700242

Judul : Strategi Komunikasi Falvan Konveksi Dalam Memperbaiki Citra Produk

Mengetahui :

a.n. Dekan

Surabaya, 15 Agustus 2022

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan
Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing I



Drs. Agung Pujianto. MM



Mohammad Insan Romadhan,
S.I.Kom., M.Med.Kom

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal

Dewan Penguji :

1. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom
2. Drs. Widiyatmo Ekoputro, M.A
3. Hamim, S.Sos., M.I.Kom.

Mengesahkan

a.n Dekan

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945



Drs. Agung Pujianto. MM

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Naufal Ardhi Purnama
NBI/ NPM : 1151700242
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi/ ~~Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

"STRATEGI KOMUNIKASI FALVAN KONVEKSI DALAM MEMPERBAIKI CITRA PRODUK"

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 31 Januari 2021

Yang Menyatakan,

Muhammad Naufal Ardhi Purnama

*Coret yang tidak perlu

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Naufal Ardhi Purnama

NPM : 1151700242

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Falvan Konveksi Dalam Memperbaiki Citra Produk

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya akan bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 31 Desember 2021

Yang membuat Pernyataan



Muhammad Naufal Ardhi Purnama
NPM 1151700242

ABSTRAK

Dampak akan perkembangan teknologi dan informasi menimbulkan masyarakat memiliki pola gaya hidup menyukai produk brand ternama dibandingkan dengan produk umkm tersendiri. Hal ini menunjang dalam penelitian Skripsi “Strategi Komunikasi Falvan Konveksi Dalam Memperbaiki Citra Produk” menjelaskan tentang menyusun strategi komunikasi yang tepat bagi Falvan Konveksi di mana banyaknya opini buruk akan produk umkm sehingga dapat memperbaiki citra produk tersebut. Tujuan yang dimaksud penelitian untuk mengetahui upaya dalam menyusun strategi komunikasi untuk memperbaiki citra produk dalam umkm di Falvan Konveksi.

Penelitian ini termasuk dalam peneliti kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. dengan mengumpulkan data melalui studi kepustakaan, wawancara dan observasi yang dilakukan secara langsung dan bersama. Dengan menggunakan teori Anwar Arifin mengenai tahapan menyusun strategi antara lain strategi komunikator, menentukan khalayak, menyusun pesan dan pemilihan media sebagai upaya penyaluran informasi. Data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dan observasi langsung. Dan data sekunder didapatkan dari studi kepustakaan untuk menunjang penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adapun tahapan yang dilakukan oleh Falvan Konveksi antara lain strategi komunikator dengan mencari komunikator yang kredibel dan mengetahui produk secara keseluruhan. Selanjutnya menentukan khalayak di mana Falvan Konveksi membagi menjadi 2 jenis khalayak yaitu khalayak primer masyarakat sekitar terlebih pada orang tua muda dan orang tua yang memiliki anak usia 2-4 tahun dan untuk khalayak sekunder masyarakat luar yang mengetahui produk falvan Konveksi. Berikutnya strategi pesan yang menekan pada Persepsi mengenai produk umkm sepadan dengan produk di luaran karena kualitas dari produk juga terjamin serta pengenalan produk sepatu bayi yang diproduksi oleh umkm Falvan Konveksi. Terakhir yaitu pemilihan media untuk menginformasikan dan mempromosikan produk sepatu bayi Falvan dengan media sosial (whatsapps, instagram dan facebook) serta media langsung berupa memberikan brosur kepada khalayak. Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Citra, Produk

ABSTRACT

The impact of the development of technology and information causes people to have a lifestyle pattern of liking well-known brand products compared to their own MSME products. This supports the Thesis research "Convection Falvan Communication Strategy in Improving Product Image" explaining about developing the right communication strategy for Convection Falvan where there are many bad opinions about MSME products so that they can improve the product's image. The purpose of the research is to find out the efforts in developing communication strategies to improve product image in MSMEs in Falvan Convection.

This research is a qualitative researcher using a case study approach. by collecting data through library research, interviews and observations conducted directly and together. By using Anwar Arifin's theory regarding the stages of developing strategies, among others, the communicator strategy, determining the audience, compiling messages and selecting media as an effort to distribute information. Primary data obtained through interviews and direct observation. And secondary data obtained from literature studies to support this research.

The results showed that the stages carried out by Falvan Convection included a communicator strategy by looking for credible communicators and knowing the product as a whole. Next, determine the audience in which Convection Falvan divides into 2 types of audience, namely the primary audience of the surrounding community, especially young parents and parents who have children aged 2-4 years and for the secondary audience of outsiders who know Convection Falvan products. Next is the message strategy that emphasizes the perception of MSME products that are commensurate with external products because the quality of the product is also guaranteed and the introduction of baby shoes products produced by MSME Falvan Convection. The last is the selection of media to inform and promote Falvan baby shoe products with social media (whatsapps, instagram and facebook) as well as direct media in the form of giving brochures to the public.

Keywords : Communication Strategy, Image, Product

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas kelimpahan berkah, rahmat dan hidayahnya. Maka penyusunan skripsi ini dapat berjalan baik tanpa adanya hambatan yang ada dan terselesaikan secara tepat waktu .

Skripsi yang judul “ Strategi Komunikasi Falvan Konveksi Dalam Memperbaiki Citra Produk “ untuk memenuhi syarat – syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945. Selain itu penulis juga berharap dalam penyusunan makalah ini dapat bermanfaat bagi semua orang. Dan penulis juga mengucapkan rasa terima kasih kepada beberapa pihak yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini :

1. Kepada orang tua yang selalu memberikan dorongan secara moril dan materil baik berupa motivasi serta doa yang dipanjatkan kepada Allah SWT agar dapat menyelesaikan penulisan skripsi penulis.
2. Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya bapak Prof Dr Mulyanto Nugroho
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya bapak Drs. Agung Pujianto, MM .
4. Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ibu Ibu A.A.I. Prihandari Satvikadewi, Sos., M.Med.Kom.
5. Dosen Pembimbing 1 bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom yang selalu menyempatkan waktu untuk bimbingan baik berupa motivasi, arahan dan dukungan dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Dosen Pembimbing 2 bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom yang selalu menyempatkan waktu untuk bimbingan baik berupa motivasi, arahan dan dukungan dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah berkenan berbagi ilmu pengetahuan baik materi serta pengalaman yang bermanfaat bagi penulis.
8. Seluruh teman - teman angkatan tahun 2017 fakultas ilmu sosial dan ilmu politik terutama angkatan program studi ilmu komunikasi yang telah

mengisi hari bersama serta memberi dorongan dan masukan agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Pemilik UMKM Falvan Konveksi ibu Yuyun Rachmawati yang telah mengizinkan dan menyempatkan penulis untuk mendapatkan pengetahuan serta informasi guna menyelesaikan skripsi ini.

Mohon maaf jika ada kata atau kalimat dalam penyusunan makalah ini kurang tepat. Serta penulis menyadari atas kekurangan penulisan skripsi karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, oleh sebab itu penulis berharap untuk saran serta kritik untuk dapat menjadi lebih baik.

Surabaya, 31 Desember 2021

Penulis

Muhammad Naufal Ardhi Purnama

DAFTAR ISI

STRATEGI KOMUNIKASI.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4

1.3.1 Tujuan Teoritis	4
1.3.2 Tujuan Penulis	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II	2
KAJIAN PUSTAKA	2
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	2
2.1.1 Critikal Review	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Strategi Komunikasi	10
2.2.2 Tahapan Strategi Komunikasi	13
2.2.3 Citra	17
2.3 Kerangka Pemikiran	21
BAB III	2
Metode Penelitian	2
3.1 Tipe Penelitian	2
3.2 Peran Peneliti	3
3.3 Lokasi Penelitian	3
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	3
3.4.1 Data Primer	4

3.4.2 Data Sekunder	4
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	4
3.5 Teknik Analisis Penelitian	7
3.5.1 Reduksi Data	7
3.5.2 Penyajian Data	7
3.5.3 Penarikan dan Pengujian Kesimpulan.....	8
3.6 Keabsahan Data	8
BAB IV	11
DESKRIPSI OBJEK, PENYAJIAN DATA, DAN PEMBAHASAN.....	11
4.1 Deskripsi Objek	11
4.1.1 Profil UMKM.....	11
4.2 Penyajian Data	12
4.2.1 Hasil Wawancara	12
4.2.2 Observasi.....	15
4.3 Pembahasan	18
4.3.1 Strategi Komunikator.....	19
4.3.2 Strategi menentukan khalayak	20
4.3.3 Strategi Pesan.....	20
4.3.4 Strategi Media (saluran).....	21
BAB V	24
KESIMPULAN DAN SARAN.....	24
5.1 Kesimpulan	24

5.2 Saran	25
DAFTAR PUSTAKA	26
LAMPIRAN TRANSKIP WAWANCARA	28
LAMPIRAN HASIL WAWANCARA DAN OBSERVASI.....	34
LAMPIRAN UJI TURNITIN	36
LAMPIRAN ACC DOSEN PENGUJI	38

DAFTAR GAMBAR

Bagan 1 Kerangka Pemikiran	21
----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2 Daftar Wawancara.....	5

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara Dan Observasi.....	34
Lampiran 2 Hasil Wawancara Dan Observasi.....	35