

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH

**OPINI PELANGGAN *BRAND* SEPATU AEROSTREET TERKAIT
PELAYANAN KASUS *DOUBLE INPUT STOCK* PRODUK KOLABORASI
BERSAMA MR.GETZKE**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya

Oleh:

MEGA UTAMI

1408518023

PROGRAM STUDI D-III HUBUNGAN MASYARAKAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

OPINI PELANGGAN BRAND SEPATU AEROSTREET DALAM PELAYANAN KASUS *DOUBLE INPUT STOCK* PRODUK KOLABORASI BERSAMA MR.GETZKE, TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH, JULI 2021 : 99 halaman; 22 lampiran, 20 buku, tahun ; 1985-2018 5 Jurnal, 5 Sumber Lain

ABSTRAK

Opini Publik bagi perusahaan adalah hal yang tidak dapat dipisahkan karena dapat menjadi kontrol serta gambaran kualitas pelayanan perusahaan. Pelayanan yang diberikan menjadi ujung tombak perusahaan dan cerminan bagaimana opini publik akan tercipta. Produk *Limited Edition* Kolaborasi Aerostreet x Mr.Getzke mengundang antusiasme pelanggan. Adanya kasus *double input stock*, berpengaruh pada opini pelanggan terkait pelayanan perusahaan. Hal ini menuai pro-kontra pelanggan pada laman *Instagram* resmi Aerostreet pada postingan produk kolaborasi tersebut.

Melalui penelitian ini penulis bermaksud untuk meneliti opini pelanggan Aerostreet terkait pelayanan perusahaan pada kasus tersebut. Penelitian ini menggunakan konsep *public relations* dengan variabel teori pembentukan opini publik yang terdiri dari 5 dimensi yaitu Arah, Intensitas, Stabilitas, Dukungan Informasional dan Dukungan Sosial.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif berjenis penelitian deskriptif dengan metode survei melalui penyebaran kuisioner secara daring pada 100 responden. Populasi dari penelitian ini merupakan pengikut Aerostreet di *Instagram* yang berkomentar pada postingan rilis produk kolaborasi bersama Mr.Getzke. Sampel penelitian didapat dari teknik *non-probability* dengan tipe *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu. Teknik analisis data menggunakan kecenderungan memusat *mean*.

Hasil penelitian menunjukkan nilai *mean* tertinggi terdapat pada Dimensi kelima yaitu Dukungan Sosial yang memiliki tiga indikator memperoleh hasil sebesar 4.34. Sementara hasil *mean* terendah terdapat pada dimensi pertama yaitu Arah yang memiliki tiga indikator dengan perolah nilai *mean* sebesar 4.15.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah rata-rata dari responden yang merupakan pelanggan setuju bahwa tindakan pihak Aerostreet dalam melakukan produksi ulang untuk penanganan kasus ini karena hal ini merupakan tanggung jawab yang seharusnya dilakukan Aerostreet dan kasus ini merupakan kesalahan teknis yang wajar terjadi di perusahaan.

Kata Kunci: *Instagram, Opini Publik, Pelanggan, Pelayanan*

CUSTOMER OPINION OF AEROSTREET SHOES BRAND IN DOUBLE INPUT STOCK CASE SERVICE COLLABORATION WITH MR.GETZKE, Final Project Of Scientific Work: 99 pages; 22 appendix, 20 books, year; 1985-2018. 5 Journal, 5 sites, Final Scientific, July 2021.

ABSTRACT

Public opinion for companies is something that cannot be separated because it can be a control and an illustration of the company's service quality. The services provided are the spearhead of the company and a reflection of how public opinion will be created. Aerostreet x Mr.Getzke Collaboration Limited Edition product invites customer enthusiasm. The existence of a double input stock case has an effect on customer opinions regarding company services. This has reaped the pros and cons of customers on the official Aerostreet Instagram page on the posting of the collaboration product.

Through this study, the author intends to examine Aerostreet's customer opinions regarding the company's services in this case. This study uses the concept of public relations with the theory of the formation of public opinion variables consisting of 5 dimensions, namely Direction, Intensity, Stability, Informational Support and Social Support.

This study applies a quantitative approach in the type of descriptive research with a survey method through the distribution of online questionnaires to 100 respondents. The population of this study is Aerostreet's followers on Instagram who comment on the release of a collaboration product with Mr. Getzke. The research sample was obtained from a non-probability technique with the type of purposive sampling, namely the determination of the sample by considering certain criteria. The data analysis technique uses a tendency to center the mean.

The results of the study show that the highest mean value is found in the fifth dimension, namely Social Support which has three indicators, obtaining a result of 4.34. Meanwhile, the lowest mean is found in the first dimension, namely Direction, which has three indicators with a mean value of 4.15.

The conclusion of this study is that on average the respondents who are customers agree that Aerostreet's actions in re-production for handling this case because this is the responsibility that should be carried out by Aerostreet and this case is a natural technical error that occurs in the company.

Keywords: Customers, Instagram, Public Opinion, Service

**LEMBAR PENGESAHAN HASIL PENELITIAN TUGAS AKHIR
KARYA ILMIAH**

Nama : Mega Utami
NIM : 1408517023
JUDUL : OPINI PELANGGAN *BRAND* SEPATU
AEROSTREET DALAM PELAYANAN KASUS
DOUBLE INPUT STOCK PRODUK
KOLABORASI BERSAMA MR.GETZKE

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Asep Soegiarto, M.Si</u> Ketua Sidang		4 Agustus 2021
2.	<u>Wina Puspita Sari, M.Si</u> Dosen Pembimbing		5 Agustus 2021
3.	<u>Meinati Fajar Rizki, M.I.Kom</u> Penguji Ahli		4 Agustus 2021
4.	<u>Abdul Kholik, M.I.Kom</u> Sekretaris Sidang		4 Agustus 2021

Lulus Sidang, 5 Agustus 2021

LEMBAR ORISINALITAS



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI D-III HUBUNGAN MASYARAKAT

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah yang berjudul OPINI PELANGGAN *BRAND* SEPATU AEROSTREET DALAM PELAYANAN KASUS *DOUBLE INPUT STOCK* PRODUK KOLABORASI BERSAMA MR.GETZKE adalah benar-benar hasil karya pribadi dan sudah mengikuti ketentuan penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini, maka penulis sanggup menerima sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, Juli 2021



Mega Utami

1408518023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mega Utami
NIM : 1408518023
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial/Hubungan Masyarakat
Alamat email : megautami127@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (..... Tugas Akhir))

yang berjudul :

OPINI PELANGGAN BRAND SEPATU AEROSTREET TERKAIT PELAYANAN KASUS
DOUBLE INPUT STOCK PRODUK KOLABORASI BERSAMA MR.GETZKE

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta

Penulis

(Mega Utami)

nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah yang berjudul *OPINI PELANGGAN BRAND SEPATU AEROSTREET DALAM PELAYANAN KASUS DOUBLE INPUT STOCK PRODUK KOLABORASI BERSAMA MR.GETZKE* dengan baik. Tak lupa kedua Orang Tua penulis yang senantiasa memberi doa, motivasi, dan dorongan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah ini. Tugas Akhir Karya Ilmiah ini diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya Program Studi DIII Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Penyusunan laporan ini tidak mungkin terwujud tanpa perhatian, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, baik material maupun moril. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, Selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Prof. Dr. Sarkadi, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta
3. Asep Soegiarto, M.Si, Koordinator Program Studi DIII Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta

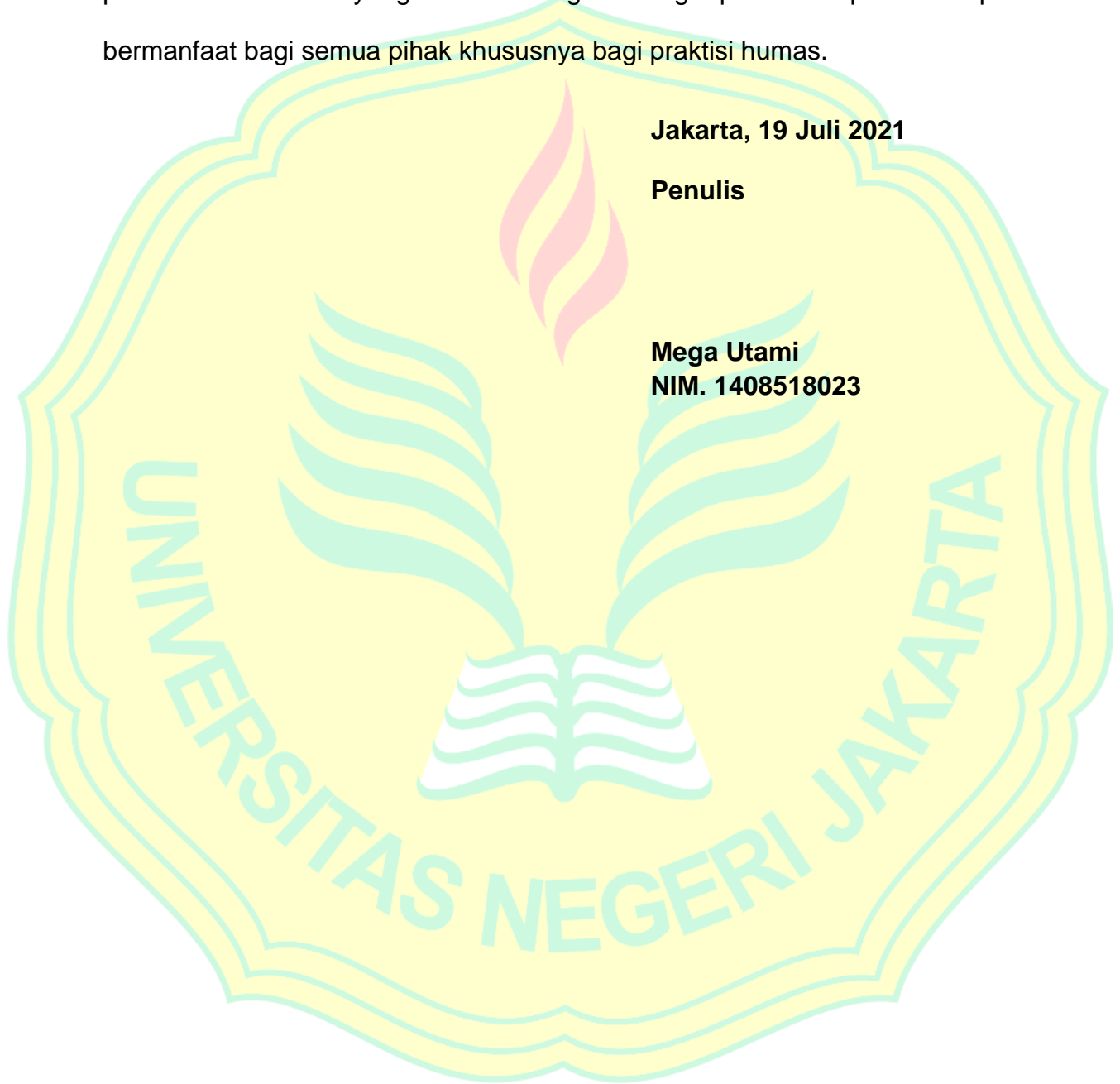
4. Wina Puspita Sari, M.Si sebagai dosen pembimbing Tugas Akhir Karya Ilmiah yang telah memberikan semangat, motivasi dan serta penuh kesabaran dalam membimbing penulis.
5. Seluruh Dosen Program Studi DIII Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
6. Teman-teman Hubungan Masyarakat angkatan 2018, terkhusus teman saya semenjak menginjakkan kaki di prodi humas yaitu Jihan Afizha, Rizka Amelia, Rahmawati Kusuma W., Shandra Fitriani, Eka Nur, Ayu Milleniawati, dan yang lainnya.
7. Keluarga COMDEV UNJ, Sospol BEM UNJ, TFE yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah memberi dukungan, doa, serta semangat kepada penulis.
8. Rananda Djulianti Melinda selaku sahabat yang selalu memberi dukungan moral, selalu mendengarkan keluh kesah penulis saat melakukan penelitian.
9. Ismi Zulaida Ulifah selaku kakak perempuan yang menemani dan memotivasi selama menyelesaikan tugas akhir karya ilmiah.
10. *Last but not least, I wanna thank me, for believeng in me, for doing all this hardwork, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga penelitian penulis dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi praktisi humas.

Jakarta, 19 Juli 2021

Penulis

**Mega Utami
NIM. 1408518023**



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN HASIL PENELITIAN TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Penelitian Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.1.1 OPINI PELANGGAN TENTANG UPAYA PUBLIC RELATIONS PT. TELKOM DALAM MENANGANI KOMPLAIN ATAS PEMASANGAN SALURAN TELEPON BARU (PSB) Studi pada Pelanggan PT. Telkom Kandatel Jember.....	8
2.1.3 Opini Publik Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Universitas Negeri Jakarta terkait Surat Edaran oleh Kapolri No. SE/06/X/2015 tentang Penanganan Ujaran Kebencian (<i>Hate Speech</i>).....	9
2.1.3 Opini Anggota UKM Mengenai Aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> “Pembinaan UKM” PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Jawa Timur.....	10

2.1.4	OPINI MASYARAKAT TUBAN TENTANG CITRA KPU KABUPATEN TUBAN JELANG PEMILIHAN GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR JAWA TIMUR 2018	11
2.2.	<i>Public Relations</i>	14
2.3	Opini Publik	15
2.3.1	Arah	16
2.3.2	Intensitas.....	17
2.3.3	Stabilitas.....	18
2.3.4	Dukungan Informasional	18
2.3.5	Dukungan Sosial	19
2.4	Keterkaitan Konsep	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		21
3.1	Pendekatan Penelitian.....	21
3.2	Metode Penelitian	22
3.3	Waktu Penelitian.....	23
3.3	Unit Analisis	24
3.4	Unit Observasi	24
3.5	Populasi dan Sampel.....	25
3.5.1	Populasi	25
3.5.2	Sampel.....	25
3.6	Teknik Penarikan Sampel.....	27
3.8	Skala Pengukuran	28
3.9	Teknik Analisis Data	29
3.10	Uji Instrumen	31
3.10.1	Validitas	31
3.10.2	Reliabilitas	33
3.11	Teknik Pengumpulan Data	34
3.11.1	Data Primer.....	34
3.11.2	Data Sekunder	35
3.12	Teknis Analisis Data	35