

## ABSTRAK



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising

Hertog Abdul Latif  
44309110012

Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Membangun Citra Merek  
Sophie Paris

Bibliografi: Buku 26 (2002 – 2013); Jurnal 1 (2013); Internet 7 (2003-2014)

Citra merek merupakan hal yang sangat penting dibangun ditengah persaingan antar merek yang semakin meningkat dewasa ini. Usaha awal perusahaan untuk membangun citra merek dilakukan melalui pilihan yang positif atas identitas merek, yaitu pemilihan elemen merek (nama atau logo) yang baik dan atribut merek yang mendukung. Identitas merek tersebut kemudian di implementasikan kedalam aktivitas komunikasi pemasaran terpadu agar tercipta sebuah citra yang positif tentang merek di benak konsumen.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui aktivitas komunikasi pemasaran terpadu apa saja yang telah diimplementasikan PT. Sophie Paris Indonesia dalam membangun citra merek Sophie Paris dengan menggunakan landasan teori citra merek dan komunikasi pemasaran terpadu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai aktivitas komunikasi pemasaran terpadu dalam membangun citra merek Sophie Paris. Dimulai dengan mengidentifikasi seluruh identitas merek Sophie Paris berupa elemen merek dan atribut merek, kemudian identitas merek ini diimplementasikan ke dalam seluruh aktivitas komunikasi pemasaran terpadu. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai peran komunikasi pemasaran terpadu dalam membangun citra merek Sophie Paris.

Setelah dilakukan analisa, diperoleh kesimpulan utama bahwa kegiatan komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh *Public Relations and Community Department* PT. Sophie Paris Indonesia yang antara lain adalah; periklanan (televisi dan cetak), promosi penjualan, *event* promosi, *sponsorship*, *online marketing*/ pemasaran interaktif (*website* dan sosial media), *personal selling*, dan komunikasi POP (*point of purchase*), memiliki peran yang sangat penting dalam upaya membangun citra merek positif yang diinginkan oleh perusahaan bagi Sophie Paris.