



**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK SOPHIE PARIS**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

HERTOG ABDUL LATIF
44309110012

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2014**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN
TERPADU DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK
SOPHIE PARIS**

Nama : Hertog Abdul Latif

NIM : 44309110012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Juni 2014

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra.Tri Diah Cahyowati, M.Si.)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN
TERPADU DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK
SOPHIE PARIS**

Nama : Hertog Abdul Latif

NIM : 44309110012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

Jakarta, 28 Juni 2014

Ketua Sidang,
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.

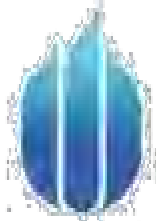
Penguji Ahli,
Endri Listiani, S.IP., M.Si.

Pembimbing,
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.

(.....)

(.....)

(.....)



MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU**

DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK SOPHIE PARIS

Nama : **Hertog Abdul Latif**

NIM : **6.44309110012**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi** **ERSITAS**

Bidang Studi : **Marketing Communication & Advertising** **MERCU BUANA**

Jakarta, 14 Juni 2014

Mengetahui,

Pembimbing


(Dra. Ti Diah Cahyowati, M.Si.)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN
TERPADU DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK
SOPHIE PARIS**

Nama : Hertog Abdul Latif

NIM : 44309110012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication and Advertising*

Jakarta, 28 Juni 2014

Disetujui dan Diterima oleh,

MERCU BUANA

Pembimbing

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Yoyoh Hereyal, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan keridhaan-Nya, akhirnya skripsidengan judul *Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Membangun Citra Merek Sophie Paris* dapat terselesaikan dengan baik.

Untuk itu dengan segenap kebesaran hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam dalamnya kepada pihak – pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, dan segala dukungan baik dari segi moral maupun material:

1. Keduaorang tuadankeluarga atas dorongan semangat, air mata bahagia, dan doayang tak pernah putus yang membuat saya selalu punya kekuatan untuk terus maju.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si. selaku dosen pembimbing padaskripsiini yang telah luar biasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, petunjuk, serta dorongan semangat kepada saya. Sehingga saya dapat memahami dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si. selaku Kaprodi Marcomm, Ibu Ira Purwitasari, S.Sos, M.I.Kom. selaku Wakaprodi Marcomm, serta segenap Dosen dan Staff Universitas Mercu Buana yang turut membantuselama pendidikan hinggakripsi ini selesai.

4. Kakak Bubu (Upil) *my insanity and clarity* yang sudah memberikan dorongan semangat luar biasa, sekaligus yang memberikan kekuatan, doa, dan dukungan untuk tidak menyerah dan terus maju.
5. Teman-teman di Fikom Marcomm & Advertising Menteng tahun 2009 Angkatan 15 yang turut membantu memberi masukan bagi skripsi ini.
6. Keluarga besar PT. Sophie Paris Indonesia khususnya di PR & Community Department, Ibu Dina, Mbak Amel, Mas Dimas yang dengan senang hati bersedia membantu memberikan data-data yang diperlukan untuk penyelesaian skripsi ini..
7. Keluarga besar Red Lotus Royalindo yang telah memberikan kebaikan hati, dukungan dan keluangan waktu untuk saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, yang tidak lain adalah karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Untuk itu peneliti menghaturkan rasa maaf apabila terdapat berbagai kesalahan baik dari isi maupun penyajiannya. Oleh sebab itu, diperlukannya kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, peneliti berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.

Jakarta, Juni 2014

Hertog Abdul Latif

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1	
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB 2	
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Komunikasi Pemasaran Terpadu	13
2.2. Keputusan fundamental aktivitas komunikasi pemasaran terpadu (<i>Targeting, Positioning, Objective Setting, Budgeting</i>)	31
2.3. Merek	35
2.4. Citra Merek	42
BAB 3	
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Paradigma Penelitian	50
3.2. Tipe Penelitian	51
3.3. Metode Penelitian	52
3.4. Subyek Penelitian	55
3.5. Teknik Pengumpulan Data	56
3.6. Definisi Konsep	59
3.7. Fokus Penelitian	60
3.8. Teknik Analisis Data	60
3.9. Triangulasi Data	61
BAB 4	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	
4.1.1. Sejarah Singkat Sophie Paris	63

4.1.2.	Perubahan Sophie Martin menjadi Sophie Paris	63
4.1.3.	Perubahan Logo	70
4.1.4.	Visi dan <i>value</i> (nilai) Sophie Paris	
4.1.5.	Struktur jaringan bisnis MLM Sophie Paris	72
4.1.6.	Struktur Departemen <i>Sales</i> dan <i>Marketing</i> PT. Sophie Paris Indonesia	73
4.2.	Hasil Penelitian	
4.2.1.	Identifikasi Identitas merek Sophie Paris	74
4.2.2.	Keputusan fundamental aktivitas komunikasi pemasaran terpadu	85
4.2.3.	Implementasi komunikasi pemasaran terpadu dalam membangun citra merek Sophie Paris	89
4.3.	Pembahasan	135

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	142
5.2.	Saran	
5.2.1.	Saran Akademis	144
5.2.2.	Saran Praktis	145

DAFTAR PUSTAKA

	Lampiran 1: Panduan pertanyaan wawancara 1	
	Lampiran 2: Panduan pertanyaan wawancara 2	
	Lampiran 3: Hasil wawancara 1	
	Lampiran 4: Hasil wawancara 2	
	Lampiran 5: Hasil wawancara 3	
	Lampiran 6: Hasil wawancara 4	
	Lampiran 7: Hasil wawancara 5	
	Lampiran 8: CV	147