



**STRATEGI PROMOSI MURAD COSMETICS INDONESIA
PADA PRODUK ACNE COMPLEX
PERIODE JANUARI - JUNI 2010**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

SASKYA ELLANESYA K.W
44306010003

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI MURAD COSMETICS
INDONESIA PADA PRODUK ACNE COMPLEX
PERIODE JANUARI – JUNI 2010

Nama : Saskya Ellanesya K.W

NIM : 44306010003

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 19 Agustus 2010

Mengetahui,
Pembimbing

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



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI MURAD COSMETICS
INDONESIA PADA PRODUK ACNE COMPLEX
PERIODE JANUARI – JUNI 2010

Nama : Saskya Ellanesya K.W

NIM : 44306010003

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 19 Agustus 2010

Ketua Sidang

Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si.

(.....)

Penguji Ahli

Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.

(.....)

Pembimbing

Dra.Tri Dhiah Cahyowati, M.Si.

(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI MURAD COSMETICS
INDONESIA PADA PRODUK ACNE COMPLEX
PERIODE JANUARI – JUNI 2010

Nama : Saskya Ellanesya K.W

NIM : 44306010003

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 19 Agustus 2010

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing

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

Mengetahui

Dekan FIKOM

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Bidang Studi

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

*You can achieve anything you want in life if you have the courage
to dream it,
the intelligence to make a realistic plan,
and the will to see that plan through to the end.*

(Sidney A. Friedman)

There is no success without sacrifice!

(Filsuf)

*As I look forward, I'm very optimistic about the things I see
ahead.*

(Bill Gates - Pendiri Microsoft)

KATA PENGANTAR

Alhamdu lillaahi Rabbil'aalamin

Peneliti panjatkan segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho, hidayah dan karunianya atas segala kehendak-Nya. Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukan jalan terang kepada umatnya. Sehingga pada waktunya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Promosi Murad Indonesia pada Produk Acne Complez Periode 2010”.

Penyusunan skripsi ini merupakan ujian terberat, dibandingkan ujian-ujian yang pernah peneliti hadapi selama masa kuliah. Peneliti juga menyadari dalam penyusunan skripsi ini bukan hal yang mudah. Penggarapannya membutuhkan tenaga, waktu, ketekunan, kesabaran, pengorbanan dan kerja keras. Tidak dapat dipungkiri, peneliti juga mengalami hambatan. Timbulnya rasa jenuh, bosan, malas, sedih dan kecewa, hingga berdampak pada tertundanya penyelesaian skripsi ini. Kendati demikian, dengan kebulatan tekad dan keinginan untuk segera memperoleh gelar intelektual ini, menjadi satu dari sekian banyak faktor yang membangkitkan semangat peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuh hati bahwa tersusunnya skripsi ini bukan hanya atas kemampuan Peneliti semata, namun juga berkat bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si selaku pembimbing skripsi dan Kaprodi Marcomm & Advertising yang telah memberikan saran serta arahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lebih baik.
2. Ketua Sidang, Bapak Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si. dan Penguji Ahli, Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.
3. Ibu Retno Mayasari sebagai General Manager Murad Cosmetics Indonesia yang telah memberi kesempatan bagi peneliti melakukan penelitian di Perusahaan Murad Cosmetics Indonesia, dan juga telah bersedia peneliti wawancarai demi keperluan penelitian yang sedang peneliti lakukan.
4. Ibu Amarilla Nirmala sebagai Manager Marketing and Promotion Murad Cosmetics Indonesia, yang telah bersedia peneliti wawancarai dan saran-saran yang diberikan kepada peneliti, sehingga peneliti merasakan telah mendapatkan pengalaman lain yang cukup berharga, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Keluarga peneliti yang sudah banyak membantu dalam segala hal, papa (Jullysend Koto) dan mama (Ani Pujiastuti), terima kasih untuk kasih sayangnya, do'a dan pengertiannya selama ini, yang tiada lelahnya memberi dukungan moril dan materil, serta semangat yang terus menerus demi kelancaran skripsi saya. Serta keEmpat adik tercinta serta seluruh keluarga besar Warokka yang telah ikut membantu dalam memberikan saran serta kritik kepada peneliti.

6. Teman-teman seperjuangan : Mia Afriyulia, Mutia sari, Febri Nurmala sari, Nining Zakiyah, dan seluruh Marcomm angkatan 2006, semoga kalian sukses selalu dalam segala hal. Telah berakhirnya persaingan dalam dunia akademik S1, dengan demikian sampai bertemu dipersaingan dunia kerja yahh..kawan-kawan ku.
7. Buat Sahabat-sahabat ku Christina M.Sihite Marcomm 2006 dan Sarah Prameta Putri Marcomm 2007, terima kasih atas persahabatan yang kalian berikan buat diri ku, takkan pernah kulupakan, dan semoga kalian berdua bisa sukses sesuai dengan apa yang kalian harapkan, tetap semangat!!

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan mengingat keterbatasan kemampuan peneliti. Meskipun awalnya terasa sulit, namun peneliti sudah membuktikannya. Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca semua.

Salam Hangat dan Damai!!

Jakarta, Agustus 2010

Terima kasih,

Saskya Ellanesya K.W

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Komunikasi Pemasaran sebaga Inti Pemasaran.....	13
2.1.1 Segmentasi	16
2.1.2 Targeting	19
2.1.3 Positioning	20
2.2. Analisis SWOT ..	24
2.3. Strategi Promosi	26
2.3.1 Periklanan (Advertising)	34
2.3.2 Humas (Public Relations)	39
2.3.3 Promosi Penjualan (Sales Promotions).....	41
2.3.4 Penjualan Personal (Personal Selling)	43
2.3.5 Direct Marketing	45

2.4.	Pengetian Produk	47
------	------------------------	----

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Tipe Penelitian	49
3.2.	Metode Penelitian	50
3.3.	Subyek Penelitian	52
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	53
3.5.	Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	54
3.6.	Analisa Data	55
3.7.	Teknik Keabsahan Data	55

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Murad Cosmetics dan Produk Acne Complex	
4.1.2	Profil Perusahaan	57
4.1.3	Logo dan Slogan Murad	60
4.1.4	Produk Acne Complex	61
4.2	Hasil Penelitian	63
4.2.1	Deskripsi SWOT Acne Complex	64
4.2.2	Deskripsi STP	70
4.2.3	Tujuan Promosi Acne Complex	74
4.2.4	Pelaksanaan Strategi Promosi	76
4.2.5	Elemen-elemen Bauran Promosi	79
4.3	Pembahasan	89

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	100
5.2	Saran	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE