



**STRATEGI PROMOSI “SUCI COLLECTION” DALAM
MENINGKATKAN BRAND IMAGE**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memperlengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jenjang Pendidikan
Strata I Program Studi Periklanan

Oleh:

NAMA : RAVI KUMALA YUDHISTIRA
NIM : 04301-068

PERIKLANAN

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2006





“...Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang
beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi
ilmu pengetahuan beberapa derajat”

(Q.A.58:11)

*Hidupku... Telah lama menanti
Hari demi hari... Tahun berganti tahun..
Sabar... Dengan kesabaran dan ketabahan
Aku berusaha terus.. Pantang putus asa,
Pasti... Membuahkan hasil
Bintang bersinar
Kenyataan hidup... Tidak dapat disangka*



*Kalau sudah waktunya
Pasti Tuhan memberikan
Kesuksesan dan Kebahagiaan
Terima Kasih Tuhan..
Atas Rahmat dan Rezeki
Yang Engkau berikan pada Ku..*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM STUDI PERIKLANAN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

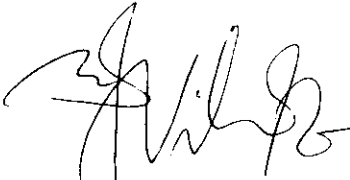
Judul : STRATEGI PROMOSI “SUCI COLLECTION” DALAM
MENINGKATKAN BRAND IMAGE
Nama : Ravi Kumala Yudhistira
NIM : 04301-068
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Periklanan

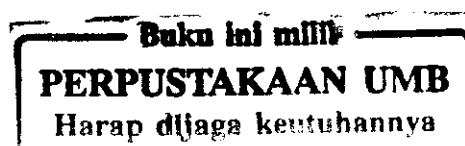
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui

Pembimbing I


(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)

Pembimbing II


(SM Niken R., S.Sos., M.Si)





UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SIDANG

Nama : Ravi Kumala Yudhistira
Nim : 04301-068
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI "SUCI COLLECTION"
DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE

Jakarta, 15 Mei 2006

Ketua Sidang

Ibu Agustina Zubair, M.Si

Penguji Ahli

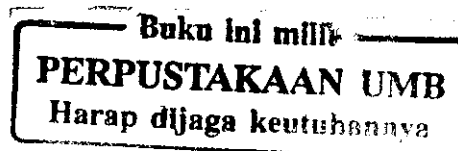
Drs. Hardiyanto Jatmiko

Pembimbing I

Drs. Ahmad Mulyana, M.Si

Pembimbing II

SM Niken R., S.Sos, M.Si





UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ravi Kumala Yudhistira
Nim : 04301-068
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI “SUCI COLLECTION” DALAM
MENINGKATKAN BRAND IMAGE

Jakarta, 20 Juni 2006

Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing I


(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)

Pembimbing II


(SM Niken R., S.Sos, M.Si)

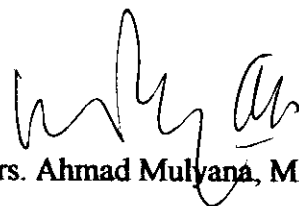
Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)



Kata Pengantar

Dengan memanjatkan doa dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayat Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi syarat menempuh ujian akhir Sarjana lengkap pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Sejak awal penyusunan hingga selesainya skripsi ini masih dirasakan adanya kekurangan-kekurangan karena pengalaman dan pengetahuan yang peneliti miliki masih terbatas, maka dalam kesempatan ini mengharapkan kritikan-kritikan yang sifatnya menyempurnakan secara tulus dan ikhlas dari Dosen Pembimbing Pertama dan Kedua serta Pembimbing Riset sehingga skripsi ini dapat terwujud sebagaimana mestinya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang tulus dan ikhlas. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bpk Drs. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku dosen pembimbing pertama, peneliti dengan hormat mengucapkan terima kasih atas kesediannya memberikan pengarahan dalam penyusunan hingga selesainya skripsi ini.
2. Ibu SM Niken R., S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing kedua, peneliti dengan hormat mengucapkan terima kasih atas bantuan penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bpk H.Imransyah selaku pemilik “Suci Collection”, terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaannya memberikan izin dan informasi yang diperlukan hingga selesainya skripsi ini.
5. Keluarga Besar “Suci Collection” sebagai inspirasi bagi peneliti melihat kesuksesan dan kinerja perusahaan ini, saya ucapkan terima kasih atas bantuannya memberikan informasi yang diperlukan.

6. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana yang telah menuangkan ilmunya kepada peneliti selama ini.
7. Selvia Rianti, terima kasih atas dukungan dan omelan-omelannya yang nyelekit tapi menyadarkan bahwa skripsi ini harus selesai. Terima kasih...Terima kasih...Terima kasih buanyak..*I love u honey...*
8. Ucapan hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya peneliti haturkan kepada orang tua ku dan adik-adikku tercinta yang telah memberikan semangat, dorongan dan bantuan materi selama ini.
9. Tak lupa ucapan terima kasih peneliti haturkan kepada keluarga besar om, tante, sepupu-sepupu serta saudara-saudara di manapun berada.
10. Obit, Amex, Widi gigi, Bulex, Fery, Ponbit, Pay dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. *I love U all.. Peace bro..*

Akhirnya tiada kata lain yang dapat peneliti ungkapkan kecuali dengan harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca lainnya serta khususnya bagi diri saya sendiri.



Jakarta, Juni 2006

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	halaman
SALAM	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	
ABSTRAKSI.....vi	vi
KATA PENGANTAR.....vii	vii
DAFTAR ISI.....ix	ix
DAFTAR BAGAN.....xii	xii
 BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah..... 1	1
1.2 Rumusan Masalah..... 4	4
1.3 Tujuan Penelitian..... 5	5
1.4 Kegunaan penelitian.....5	5
 BAB II	
KERANGKA KONSEPTUAL	
2.1 Komunikasi Pemasaran sebagai Proses Komunikasi..... 6	6
2.2 Strategi Promosi.....8	8
2.3 Bauran Promosi..... 9	9
2.3.1 Segmentation, Targeting, Positioning..... 18	18
2.3.2 Analisis SWOT..... 21	21
2.4 Citra Merek.....25	25

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1 Sifat Penelitian.....	31
	3.2 Metode Penelitian.....	32
	3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
	3.4 Narasumber.....	33
	3.5 Fokus Penelitian.....	34
	3.6 Analisa Data.....	34
 BAB IV	 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Objek Penelitian.....	36
	4.1.1 Gambaran Umum Brand “Suci Collection”.....	36
	4.1.2 Budaya Perusahaan.....	38
	4.1.3 Visi dan Misi.....	39
	4.2 Hasil Penelitian.....	39
	4.2.1 Promosi “Suci Collection”.....	39
	4.2.2 Tujuan dari Kegiatan Promosi.....	40
	4.2.2.1 Segmentation.....	41
	4.2.2.2 Targeting.....	42
	4.2.2.3 Positioning.....	43
	4.3 SWOT.....	44
	4.3.1 Strength.....	44
	4.3.2 Weakness.....	46
	4.3.3 Opportunity.....	47
	4.3.4 Threats.....	48
	4.4 Brand.....	49
	4.5 Personal Selling dan Sales Promotion.....	51
	4.6 Pengetahuan Konsumen tentang “Suci Collection”.....	53
	4.7 Pembahasan.....	55

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1 Kesimpulan.....	60
	5.2 Saran-saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR BAGAN

BAGAN 2.1 Promosi.....	10
BAGAN 2.2 Matriks SWOT.....	23
BAGAN 4.1 Hasil Analisis SWOT.....	57

