

**CELEBRITY ENDORSEMENT SEBAGAI STRATEGI
MARKETING GLOBAL PERUSAHAAN LVMH MELALUI
LISA BLACKPINK TAHUN 2020-2024**

SKRIPSI



OLEH

AYUNI SALSABILA PUTRI

21044010056

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

**CELEBRITY ENDORSEMENT SEBAGAI STRATEGI
MARKETING GLOBAL PERUSAHAAN LVMH MELALUI
LISA BLACKPINK TAHUN 2020-2024**

SKRIPSI



OLEH

AYUNI SALSABILA PUTRI

21044010056

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**

SURABAYA

2025

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayuni Salsabila Putri
NPM : 21044010056
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Hubungan Internasional
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Sripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang atau lembaga lain, kecuali yang tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 April 2025

Yang membuat pernyataan



Ayuni Salsabila Putri

21044010056

LEMBAR PERSETUJUAN

**CELEBRITY ENDORSEMENT SEBAGAI STRATEGI MARKETING
GLOBAL PERUSAHAAN LVMH MELALUI LISA BLACKPINK TAHUN
2020-2024.**

Disusun oleh:



Avuni Salsabila Putri
NPM. 21044010056

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

DOSEN PEMBIMBING



Resa Rasvidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int.
NIP. 198610312021212001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**CELEBRITY ENDORSEMENT SEBAGAI STRATEGI MARKETING
GLOBAL PERUSAHAAN LVMH MELALUI LISA BLACKPINK TAIHUN
2020-2024.**

Disusun oleh:

Ayuni Salsabila Putri

21044010056

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada tanggal 16 April 2025

Pembimbing Utama



Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int.
NIP. 198610312021212001

Tim Penguji

1. Ketua



Adlasri Putri Purbantina, Ph.D.
NPT. 386021303591

2. Sekretaris



Firsty C.L.P., S.Hub.Int., M.Hub.Int.
NIP. 199607222024062004

3. Anggota



Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int.
NIP. 198610312021212001

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.

NIP. 196804182021211006

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Celebrity Endorsement Sebagai Strategi Marketing Global Perusahaan LVMH Melalui Lisa Blackpink Tahun 2020-2024”** dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan proposal ini. Terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP, M.IR., selaku Koordinator Program Studi Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int., selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, arahan, saran, dan motivasi selama proses penyusunan proposal ini.
5. Keluarga penulis, Bapak, Ibu, dan Adik yang senantiasa memberikan doa dan dukungan moral serta material.
6. Teman-teman seangkatan, yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
7. Teman-teman kos penulis, yang telah menjadi keluarga dan selalu memberikan bantuan serta dukungan untuk satu sama lain.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan baik segi pemahaman, penulisan, maupun penyusunan materi yang disajikan. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pendapat yang membangun sangat penulis harapkan perbaikan di masa mendatang.

Surabaya, 10 April 2025

Penulis

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa puji syukur atas kehadiran Allah SWT dengan segala nikmat dan karunianya.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada diri sendiri yang telah bertahan dalam setiap proses. Terima kasih telah bertahan sejauh ini.

Kepada Bapak, Ibu, dan Adik tercinta, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan doa. Terima kasih atas segala pengorbanan, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti. Semoga pencapaian kecil ini menjadi wujud bakti dan rasa syukur penulis atas segala yang telah kalian berikan.

HALAMAN MOTTO

"Maka, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan".

Qs. Al Insyirah ayat 5

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Secara Umum	7
1.3.2 Secara Khusus	7
1.4 Kerangka Pemikiran	8
1.4.1 Fashion and Global Marketing Strategy.....	8
1.4.2 Marketing Mix 7P	11
1.4.3 Marketing Mix dengan menggunakan Celebrity Endorsement	13
1.5 Sintesa Pemikiran	18
1.6 Argumen Utama.....	19
1.7 Metodologi Penelitian	20
1.7.1 Tipe Penelitian.....	20
1.7.2 Jangkauan Penelitian.....	21
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data	22
1.7.4 Teknik Analisis Data.....	22
1.7.5 Sistematika Penulisan	23
BAB II.....	24

STRATEGI MARKETING GLOBAL PERUSAHAAN LVMH MENGGUNAKAN CELEBRITY ENDORSEMENT	24
2.1 Strategi <i>Marketing Global</i> Perusahaan LVMH Menggunakan Lisa Blackpink Sebagai <i>Celebrity Endorsement</i>	25
2.2 <i>Marketing Mix Product</i> Menggunakan Lisa Blackpink sebagai <i>Celebrity Endorser</i>	29
2.2.1 Céline.....	29
2.2.2 Bvlgari.....	35
2.2.3 Louis Vuitton.....	40
2.2.4 Analisis.....	42
BAB III	44
<i>MARKETING MIX PROMOTION DAN PHYSICAL EVIDENCE</i> LVMH MENGGUNAKAN LISA BLACKPINK	44
3.1 <i>Marketing Mix Promotion</i> menggunakan Lisa Blackpink sebagai <i>Celebrity Endorser</i>	44
3.1.1 Celine.....	44
3.1.2 Bvlgari.....	49
3.1.3 Louis Vuitton.....	54
3.2 <i>Marketing Mix Physical Evidence</i> menggunakan Lisa Blackpink sebagai <i>Celebrity Endorser</i>	56
3.2.1 Celine.....	56
3.2.2 Bvlgari.....	60
3.2.3 Louis Vuitton.....	62
3.2.4 Analisis.....	63
BAB IV	65
Kesimpulan dan Saran	65
4.1 Kesimpulan.....	65
4.2 Saran	67
Daftar Pustaka	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Luxury Retailers in 2024 (By Market Cap)	2
Gambar 1. 2 Sintesa Pemikiran.....	18
 Gambar 2. 1 Lisa Memakai Tas Celine Ava Triomphe	32
Gambar 2. 2 Lisa memakai produk Celine di musik video Blackpink “Pink Venom” 2022	33
Gambar 2. 3 Lisa memakai Bvlgari B.Zero 1 Necklace, Ring	37
Gambar 2. 4 Jam tangan ‘BVLGARI BVLGARI X LISA Limited Edition’ 2023	39
Gambar 2. 5 Jam tangan “BVLGARI BVLGARI X LISA Limited Edition” 2024.....	40
Gambar 2. 6 Lisa saat memakai baju Custom dari Louis Vuitton dan Blossom Sandals di VMA’s 2024	42
 Gambar 3. 1 Postingan Promosi Celine oleh Lisa	44
Gambar 3. 2 Video Kampanye Haute Parfumie Celine	45
Gambar 3. 3 Lisa x Celine dalam sampul majalah ELLE Korea edisi April 2021	47
Gambar 3. 4 Papan iklan Lisa dan Celine di Pari, Prancis.....	48
Gambar 3. 5 Postingan Promosi Lisa untuk Bvlgari.....	49
Gambar 3. 6 Video kampanye Lisa dan Zendaya untuk Bvlgari Magnifica 2021	50
Gambar 3. 7 Lisa x Bvlgari untuk sampul V Magazine edisi musim gugur 2022	53
Gambar 3. 8 Papan iklan Lisa dan Bvlgari di Seoul, Korea Selatan.....	54
Gambar 3. 9 Postingan Instagram Lisa untuk Louis Vuitton.....	55
Gambar 3. 10 Lisa x Louis Vuitton untuk sampul majalah Vogue Korea edisi Oktober 2024	56
Gambar 3. 11 Lisa saat menghadiri Fashion Show Celine di Paris 2022	57
Gambar 3. 12 Lisa saat menghadiri pembukaan Celine Pop-up store di Seoul	59
Gambar 3. 13 Lisa saat menghadiri Bvlgari Aurora Award di Seoul	61
Gambar 3. 14 Lisa saat menghadiri acara Bvlgari Eternally Reborn Exhibition di Seoul	62
Gambar 3. 15 Lisa saat menghadiri Paris Fashion Week bersama Louis Vuitton dalam Louis Vuitton Spring-Summer 25.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Enam sektor cabang bisnis LVMH	1
Tabel 1. 2 Timeline Lisa Blackpink diumumkan menjadi brand ambassador.	21
Tabel 2. 1 Produk Celine yang Lisa pakai dalam postingan Instagram	30
Tabel 2. 2 Produk Bvlgari yang Lisa pakai dalam postingan Instagram.....	35
Tabel 2. 3 Produk Louis Vuitton yang Lisa pakai dalam postingan Instagram	41
Tabel 3. 1 Daftar majalah Celine x Lisa	46
Tabel 3. 2 Daftar majalah Bvlgari x Lisa.....	52

ABSTRAK

Louis Vuitton Moët Hennessy atau yang dikenal sebagai LVMH adalah perusahaan holding multinasional Perancis dan konglomerat yang didirikan pada tahun 1987 dan berfokus pada barang-barang mewah. Merek barang mewah membutuhkan perubahan strategis untuk memperluas jangkauan ke pasar yang lebih beragam dan lebih global. China, Jepang, Korea Selatan adalah konsumen barang mewah terbesar di Asia, dan merupakan pasar strategis penting bagi LVMH. Korea Selatan tidak terlepas dari *Korean Wave*, sebuah fenomena budaya yang ditandai dengan penyebaran dan popularitas berbagai elemen budaya Korea Selatan ke seluruh dunia. Sebagai perusahaan merek barang mewah terbesar saat ini tentu saja LVMH harus menyesuaikan strategi *marketing* mereka dengan hal-hal yang sedang menjadi tren global saat ini untuk mempertahankan keunggulan mereka. Dengan menggandeng Lisa Blackpink sebagai *endorser* menjadi strategi LVMH dalam membangun citra merek. Penelitian ini berfokus pada merek barang mewah yang berada di bawah naungan LVMH yang menjadikan Lisa Blackpink sebagai *endorser* mereka, merek-merek tersebut yaitu Celine, Bvlgari, Louis Vuitton. Penelitian ini menggunakan teori *marketing mix 7P* yang fokus pada *product*, *promotion*, dan *physical evidence*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Kata Kunci: Celebrity Endorsement, Marketing Mix, LVMH, Lisa Blackpink