

**PEMASARAN GLOBAL MIU MIU MELALUI CELEBRITY  
ENDORSEMENT JANG WON YOUNG IVE TAHUN 2022-2025**

**SKRIPSI**



**OLEH**

**KHIKMATUL HIDAYAH**

**NPM. 22044010083**

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

**2026**

**PEMASARAN GLOBAL MIU MIU MELALUI CELEBRITY  
ENDORSEMENT JANG WONYOUNG IVE TAHUN 2022-2025**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program

Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan

Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**SKRIPSI**



**OLEH**

**KHIKMATUL HIDAYAH**

**NPM. 22044010083**

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

**SURABAYA**

**2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PEMASARAN GLOBAL MIU MIU MELALUI CELEBRITY**

**ENDORSEMENT JANG WONYOUNG IVE TAHUN 2022-2025**

Disusun oleh:



**Khikmatul Hidayah**  
**NPM. 22044010083**

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

Pembimbing



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

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik**



**Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PEMASARAN GLOBAL MIU MIU MELALUI CELEBRITY  
ENDORSEMENT JANG WONYOUNG IVE TAHUN 2022-2025**

**Oleh:**

**Khikmatul Hidayah**  
**NPM. 22044010083**

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


Pada Tanggal 13 Maret 2026

**Pembimbing utama**

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

**Tim Penguji**

**1. Ketua**

  
**Megahnanda Alidyan K, S.IP., M.IP**  
**NIP.198611062021212003**

**2. Sekretaris**

  
**Adiasri Putri Purbatina, Ph.D**  
**NPT.386021303591**

**3. Anggota**

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

Mengetahui  
**Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : KHIKMATUL HIDAYAH  
NPM : 22044010083  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Hubungan Internasional  
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi 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 atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara 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 ditemulan 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 dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 3 Maret 2026

Yang membuat pernyataan



KHIKMATUL HIDAYAH  
NPM.22044010083

## HALAMAN MOTTO

*“Bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya.  
Bahwa sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan  
(kepadanya),”*

***[Q.S. An-Najm 39-40]***

*“Long Story Short, I Survived”*

***[Taylor Swift]***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan kuasa-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pemasaran Global Miu Miu Melalui Celebrity Endorsement Jang Wonyoung IVE Tahun 2022-2025** dengan lancar. Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan partisipasi menyelesaikan proposal skripsi ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU. Selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur;
3. Bapak Dr. Ario Bimo Utomo, S.I.P., MIR., selaku Koordinator Program Studi Hubungan Internasional UPN “Veteran” Jawa Timur;
4. Ibu Resa Rasyidah, M.Hub.Int., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan segenap dedikasi, dukungan dan perhatian kepada penulis selama proses penelitian ini. Semoga sehat dan kelancaran selalu disertakan Tuhan dalam setiap langkah;
5. Seluruh Dosen Program Studi Hubungan Internasional UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan segenap ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh proses masa studi;
6. Kedua orang tua penulis, Ayah Khamdu dan Bunda Sutiani, Adik Afifah Nurul Bardah dan Aisha Salsabila, serta keluarga penulis sebagai motivasi utama penulis yang tiada henti memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan.
7. Teman-teman penulis; Aulia Putri, Dinda Ratu, Intan Putri, Salsabila Hayu, dan Michella Masayu, yang telah membantu, memberi semangat, dan menemani penulis selama masa perkuliahan hingga saat ini. Teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas dukungan positif menjadikan perjalanan ini menyenangkan.
8. BLACKPINK, IVE, dan ITZY beserta dengan lagu-lagunya yang menjadi sumber motivasi dan semangat penulis semasa perkuliahan;

9. Kepada teman-teman seperjuangan bimbingan Ice Blue 2022 *batch* pertama atas semangat, kebersamaan, dan dukungan yang ternilai selama proses penelitian ini;
10. Teman-teman Hubungan Internasional UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah menjadi teman penulis semasa perkuliahan.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengucapkan segenap permohonan maaf atas ketidaksempurnaan dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan kontribusi kecil pada ilmu pengetahuan. Penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dalam penyempurnaan penelitian ini.

Surabaya, 3 Maret 2026

Khikmatul Hidayah

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>6</b>
1.3.1 Secara Umum.....	6
1.3.2 Secara Khusus.....	6
<b>1.4 Kerangka Teori</b> .....	<b>6</b>
1.4.1 Fashion dan Global Strategy Marketing .....	6
1.4.2 Marketing Mix 7P .....	9
1.4.3 Marketing Mix menggunakan Celebrity Endorsement.....	10
<b>1.5 Sintesa Pemikiran</b> .....	<b>13</b>
<b>1.6 Argumentasi Utama</b> .....	<b>15</b>
<b>1.7 Metode Penelitian</b> .....	<b>15</b>
1.7.1 Tipe Penelitian .....	15
1.7.2 Jangkauan Penelitian.....	16
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	16
1.7.4 Teknik Analisis Data .....	17
1.7.5 Sistematika Penulisan .....	17
<b>BAB II</b> .....	<b>19</b>

<b>PEMASARAN GLOBAL MIU MIU MENGGUNAKAN CELEBRITY ENDORSEMENT .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Pemasaran Global Miu Miu Menggunakan Jang Wonyoung IVE     Sebagai <i>Celebrity Endorsement</i> .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2 <i>Marketing Mix Product</i> Menggunakan Jang Wonyoung IVE Sebagai     <i>Celebrity Endoser</i> .....</b>	<b>24</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>38</b>
<b><i>MARKETING MIX PROMOTION DAN PHYSICAL EVIDENCE MIU MIU MENGGUNAKAN JANG WONYOUNG IVE.....</i></b>	<b>38</b>
<b><i>3.1 Marketing Mix Promotion</i> Menggunakan Jang Wonyoung IVE Sebagai     <i>Celebrity Endorser</i> .....</b>	<b>38</b>
<b><i>3.1 Marketing Mix Physical Evidence</i> Menggunakan Jang Wonyoung IVE     Sebagai <i>Celebrity Endorser</i> .....</b>	<b>47</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>56</b>
<b>Kesimpulan dan Saran .....</b>	<b>56</b>
<b>4.1 Kesimpulan .....</b>	<b>56</b>
<b>4.2 Saran.....</b>	<b>58</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sintesa Pemikiran .....	13
Gambar 2.2 Jang Wonyoung memakai produk Miu Miu di musik video IVE “LOVE DIVE” 2022 .....	29
Gambar 2.3 Jang Wonyoung memakai produk Miu Miu di musik video IVE “HEYA” 2024 .....	29
Gambar 2.4 Jang Wonyoung datang di acara “Knowing Bros” menggunakan produk pakaian dan tas dari Miu Miu .....	32
Gambar 3.5 Postingan Promosi Miu Miu oleh Jang Wonyoung .....	40
Gambar 3.6 Video yang diunggah Jang Wonyoung melalui Instagram pribadinya .....	44
Gambar 3.7 Jang Wonyoung hadir pada Paris Fashion Week bersama Miu Miu dari tahun 2022-2025 .....	51
Gambar 3.8 Jang Wonyoung di butik “Miu Miu Select by Wonyoung Jang” .....	54

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1.1 Tren Peringkat Miu Miu di The Lyst Index Tahun 2022-2025 .....	1
Grafik 1.2 Pertumbuhan penjualan luxury brand tahun 2022-HI 2025 .....	2

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Produk Miu Miu yang Jang Wonyoung pakai di aktivitas sehari-hari .	25
Tabel 2.2 Jang Wonyoung menggunakan produk Miu Miu di Bandara .....	27
Tabel 2.3 Penggunaan sepatu jenis Ballerina oleh Jang Wonyoung dalam aktivitas sehari-hari.....	30
Tabel 2.4 Jang Wonyoung mengenakan produk Miu Miu di acara Award Show	33
Tabel 2.5 Produk Miu Miu yang ada di “Miu Miu Select by Wonyoung Jang”...	35
Tabel 3.6 Postingan Instagram Jang Wonyoung mempromosikan koleksi Miu Miu .....	39
Tabel 3.7 Daftar majalah Miu Miu x Jang Wonyoung .....	41
Tabel 3.8 Jang Wonyoung mempromosikan acara Miu Miu melalui media sosial majalah .....	45
Tabel 3.9 Paris Fashion Week Miu Miu yang dihadiri Jang Wonyoung .....	48

## ABSTRAK

Miu Miu adalah brand fashion asal Italia yang telah berdiri sejak 1993, di bawah naungan *Prada Group* oleh Miuccia Prada. *Pemasaran Global* digunakan untuk memperluas jangkauan pasar, memperkuat citra merek, serta menghadapi persaingan merek yang semakin kompetitif. Asia Pasifik merupakan konsumen terbesar *Prada Group* sehingga menjadi salah satu pasar strategis untuk Miu Miu. *Celebrity endorsement* salah satu strategi yang paling banyak digunakan suatu perusahaan, dengan memilih figur publik sebagai daya tarik utama dan merepresentasikan citra merek. Miu Miu menggandeng Jang Wonyoung IVE sebagai *brand ambassador* tidak terlepas dari fenomena Korean Wave yang memberikan dampak besar pada budaya populer di seluruh dunia termasuk tren konsumsi fashion. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini melalui berbagai sumber resmi, seperti situs web resmi perusahaan, akun media sosial, dan artikel berita. Penelitian ini berfokus pada analisis *Global Strategy Marketing* dan *Marketing Mix 7P* melalui *celebrity endorsement* yang berfokus pada *product*, *promotion*, dan *physical evidence*. Penelitian ini secara rinci menjelaskan bahwa Jang Wonyoung mempromosikan Miu Miu sejak tahun 2022 sampai tahun 2025, baik melalui kampanye digital, kehadiran pada Paris Fashion Week, hingga program khusus seperti *Miu Miu Select by Wonyoung* yang ada di toko Miu Miu Busan, Tokyo, Hong Kong, dan Taipei.

**Kata Kunci :** Pemasaran Global, Celebrity Endorsment, Marketing Mix, Miu Miu, Jang Wonyoung IVE