

**PESAN WINDOW DISPLAY BRAND STRADIVARIUS DALAM  
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF MELALUI VISUAL  
MERCHANDISING**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh:**

**Aris Sandi**

**051403503125103**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
JAKARTA  
2018**

**WINDOW DISPLAY BRAND STRADIVARIUS IN  
MAINTAINING POSITIVE IMAGE THROUGH VISUAL  
MERCHANDISING**

**THESIS**

**Proposed as one of the requirements to obtain a Bachelor of Science  
degree in Communication**



**Arranged by :**

**Aris Sandi**

**051403503125103**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
JAKARTA  
2018**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : ARIS SANDI  
NIM : 051403503125103  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Pesan *Window Display Brand Stradivarius* Dalam Mempertahankan Citra Positif Melalui *Visual Merchandising*

**ABSTRAK**

Pesan pada tampilan *window display brand Stradivarius* yang terdapat dipusat perbelanjaan (*mall*), hal ini menarik untuk diteliti karena dalam tanda petunjuk (*signed*) tersebut memiliki konsep dan kekuatan dalam bentuk visualnya hingga dapat memberikan citra yang baik kepada masyarakat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pesan yang terkandung pada *window display* Stradivarius dengan menggunakan metode penelitian studi kasus agar hasil penelitian lebih mendalam, dan paradigma untuk penelitian ini adalah paradigma konstruktivis untuk mendeskripsikan pesan yang terkandung pada *window display*.

Penelitian ini menggunakan teori reputasi maka akan mendapatkan hasil yang maksimal dalam mempertahankan citra positif karena selalu memiliki inovasi-inovasi yang baru. Penelitian bersifat deskriptif yang bertujuan untuk membuat suatu gambaran dengan menggunakan kata-kata atau angka.

*Window display* merupakan sarana dari brand Stradivarius khususnya senayan city untuk menyampaikan pesan dari konsep yang *brand* ingin tonjolkan serta menjadi sarana untuk mempertahankan citra positif dari *brand* Stradivarius itu sendiri melalui *visual merchandising*.

Kata Kunci : Pesan, *Brand*, Citra

Pembimbing 1 : Dr. Solten Rajagukguk, M.M

Pembimbing 2 : Bertha K Sinambela, S.Sos, M.Si

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : ARIS SANDI  
NIM : 051403503125103  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

*Pesan Window Display Brand Stradivarius Dalam Mempertahankan Citra Positif Melalui Visual Merchandising*

**ABSTRACT**

*The message on the Stradivarius window display brand display in the shopping center (mall), this is interesting to study because the signed has a concept and strength in its visual form so that it can provide a good image to the community. The purpose of this study was to determine the message contained in the Stradivarius window display by using a case study research method so that the results of the study were more in-depth, and the paradigm for this study was a constructivist paradigm to describe the messages contained in the window display.*

*This study uses the reputation theory so it will get maximum results in maintaining a positive image because it always has new innovations. Descriptive research that aims to make a picture using words or numbers.*

*Window displays are a means of the Stradivarius brand especially senayan city to convey messages from concepts that the brand wants to highlight and become a means to maintain a positive image of the Stradivarius brand itself through visual merchandising. Key Word : Massage, Brand, Image*

Pembimbing 1 : Dr. Solten Rajagukguk, M.M

Pembimbing 2 : Bertha K Sinambela, S.Sos, M.Si