

SKRIPSI

**KEGAGALAN MNC ITALIA MEMPERTAHANKAN
PASAR AMERIKA SERIKAT**

(Studi Kasus Pemasaran Benetton Tahun 2000)



Adib Sulthon Firdaous

20020510137

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

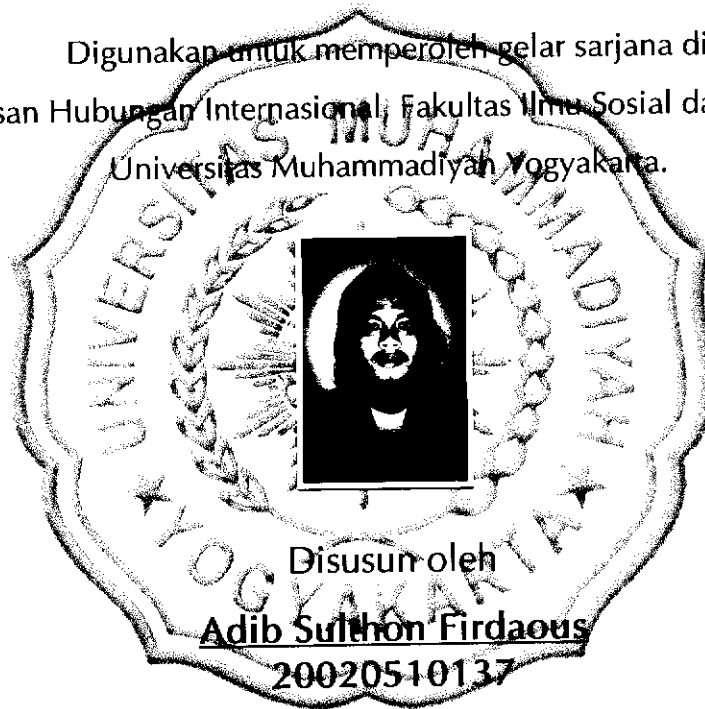
HALAMAN JUDUL

KEGAGALAN MNC ITALIA MEMPERTAHANKAN PASAR AMERIKA SERIKAT

(Studi Kasus Pemasaran Benetton Tahun 2000)

SKRIPSI

Digunakan untuk memperoleh gelar sarjana di
Jurusan Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.



Disusun oleh

Adib Sulthon Firdaus

20020510137

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2007

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:
**KEGAGALAN MNC ITALIA MEMPERTAHANKAN PASAR
AMERIKA SERIKAT**
(Studi Kasus Pemasaran Benetton Tahun 2000)

Disusun oleh:

Adib Sulthon Firdaus
NIM. 20020510137

Telah dipertahankan dalam ujian pendadaran. Dinyatakan lulus dan
disahkan oleh Tim Penguji Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada

Hari : Rabu, 7 Februari 2007

Jam : 12.30 WIB

Tempat : Laboratorium HI. A

Tim Penguji

Dr. Tulus Warsito, M. Si.

Ketua

Dr. Sidik Jatmika, M. Si.

Penguji I

Grace Lestariana W., S. IP., M. Si.

Penguji II

PENGANTAR

Ternyata benar, bila kita mempunyai mimpi Allah SWT pasti memberikan jalan untuk mewujudkannya menjadi kenyataan. Buktikan saja, tapi syaratnya jangan tidur lagi. Sudah sejak lama penulis berangan-angan menyajikan karya ilmiah yang *renyah dan gak bikin sakit kepala*. Dan skripsi ini merupakan salah satu mimpi yang telah diberikan jawaban oleh Yang Maha Brilian.

Buk..., *you are the real mom*. Terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu hingga karya ini tersaji di hadapan pembaca. Mereka sudah cukup tenar untuk sekedar ditulis namanya satu-persatu di dalam lembaran-lembaran ini.

Karya ini bukan representasi ide yang sempurna. Terlalu banyak cela yang musti dibenahi. Semoga di waktu-waktu mendatang akan lahir karya-karya baru yang jauh lebih baik. Tidak perlu mengerutkan dahi..., selamat menikmati.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
PENGANTAR.....	v
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Alasan Pemilihan Judul.....	1
B. Penegasan Judul	
1. Pemasaran	1
2. Benetton	2
C. Tujuan Penelitian	2
D. Latar Belakang Masalah	
1. Kisah Sukses Benetton Bersaudara	3
2. Kampanye Periklanan Non-konvensional	5
E. Rumusan Masalah.....	8
F. Dasar Pemikiran	
1. <i>Multi National Corporation</i>	8
2. Pemasaran Global.....	11
3. Persepsi.....	20
G. Hipotesis.....	23
H. Jangkauan Penelitian	23
I. Metode Pengumpulan Data.....	23
J. Sistematika Penulisan	23

BAB II. PASAR BISNIS PAKAIAN DI AMERIKA SERIKAT	25
A. <i>Baby Boomers</i>.....	25
B. <i>Generasi Exel</i>.....	28
C. Konsumen Golongan Umur 6-23Tahun.....	33
D. Mengenal Sekilas Para Pesaing.....	35
BAB III. BENETTON	40
A. Perusahaan Bervisi Kemanusiaan.....	40
1. Fabrica.....	42
a. Kampanye Periklanan.....	43
b. Film	44
c. Musik.....	46
d. Disain	46
e. Interaktif.....	47
f. Penerbitan.....	48
2. Majalah Colors.....	49
B. Kampanye Periklanan Fenomenal	50
1. Cerita Tentang Perbedaan.....	54
2. Cerita Tentang Penderitaan.....	55
3. Kebebasan Berbicara dan Berekspresi	57
C. Toscani Otak di balik Iklan-Iklan Benetton	59
D. Benetton USA.....	61
E. Wajah Kematian.....	63
BAB IV. PENYEBAB KEGAGALAN STRATEGI PEMASARAN	
BENETTON DI AMERIKA SERIKAT	69
A. Sejarah Singkat Hukuman Mati	72
B. Hukuman Mati di Amerika Serikat	74
1. Perlawanan Terhadap Hukuman Mati.....	76
2. Isu-isu Kontroversial Seputar Hukuman Mati.....	80
C. Motivasi Para Pendukung Hukuman Mati.....	81
D. Italia Menentang Hukuman Mati	85

E. Kesalahan Persepsi.....	87
1. Posisi Subjek-Objek dalam Iklan.....	89
2. Posisi Pembaca	90
3. Benetton Tidak Menghargai Keluarga Korban	92
BAB V. KESIMPULAN	95
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Tabel 1. Data Baby Boomers.....	102
Tabel 2. Data Generasi X	103
Tabel 3. Data Generasi Y	104
Tabel 4. Data penjualan produk Benetton (1989-2001).....	105
Tabel 5. Model iklan Wajah Kematian.....	106
Grafik 1. Penjualan Benetton tahun 1989-2001	109
Grafik 2. Dukungan masyarakat Amerika Serikat terhadap hukuman dan penjara seumur hidup (1985-2004).....	110
Grafik 3. Opini masyarakat Amerika Serikat terhadap intensitas pelaksanaan hukuman mati (2001-2004)	111
Grafik 4. Persepsi masyarakat Amerika Serikat terhadap nilai keadilan dalam hukuman mati (2000-2004).....	112
Grafik 5. Pendapat masyarakat Amerika Serikat tentang efektifitas hukuman mati dalam mengurangi jumlah pembunuhan (1985-2004).....	113
Grafik 6. Opini para petinggi kepolisian di Amerika Serikat tentang Efektifitas hukuman mati dalam meredam kriminalitas (1995)	114
Gambar 1. Cerita tentang perbedaan.....	115
Gambar 2. Cerita tentang penderitaan	116
Gambar 3. Kebebasan berbicara dan berekspresi.....	117
Gambar 4. Salah satu seri iklan Wajah Kematian.....	118