



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI *MERCHANDISING* PT. MAYORA INDAH TBK
PADA PRODUK COLLAGENA DALAM PENINGKATAN
VISIBILITAS MEREK DI RITEL MODEREN: STUDI
KASUS NAGA SWALAYAN, CIRACAS**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)**

**NABILA DWI ADISTI
NPM. 223516516513**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

2026



NASIONAL UNIVERSITY

**MERCHANDISING STRATEGY OF PT. MAYORA INDAH
TBK ON COLLAGENA PRODUCTS TO IMPROVE BRAND
VISIBILITY IN MODERN RETAIL: A CASE STUDY OF
NAGA SWALAYAN, CIRACAS**

THESIS

**Submitted as one of the requirements to obtain a
Bachelor of Communication Science degree (S.Ikom)**

**NABILA DWI ADISTI
NPM. 223516516513**

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
NATIONAL UNIVERSITY**

2026



PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nabila Dwi Adisti

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516513

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kekhususan : Periklanan

Judul Skripsi : STRATEGI MERCHANDISING PRODUK
COLLAGENA DALAM PENINGKATAN
VISIBILITAS MEREK DI RITEL MODEREN: STUDI
KASUS NAGA SWALAYAN CIRACAS

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 12 Februari 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing

Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E., M.Si

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Nabilla Dwi Adisti
NPM : 223516516513
Judul Skripsi : STRATEGI MERCHANDISING PRODUK COLLAGENA DALAM
PENINGKATAN VISIBILITAS MEREK DI RITEL MODEREN:
STUDI KASUS NAGA SWALAYAN CIRACAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan hasil saya sendiri. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Jakarta, 13 Februari 2026

Yang membuat pernyataan



Nabilla Dwi Adisti

UNIVERSITAS NASIONAL



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nabila Dwi Adisti

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516513

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kekhususan : Periklanan

Judul Skripsi : STRATEGI MERCHANDISING PRODUK
COLLAGENA DALAM PENINGKATAN
VISIBILITAS MEREK DI RITEL MODEREN: STUDI
KASUS NAGA SWALAYAN CIRACAS

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 12 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Raden Daniel Wisnu Wardana, S.I.P., M.F.Tv



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Aes Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Nabila Dwi Adisti

NPM : 223516516513

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : *Strategi Merchandising PT. Mayora Indah Tbk Pada Produk Collagena Dalam Peningkatan Visibilitas Merek Di Ritel Modern: Studi Kasus Naga Swalayan, Ciracas.*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

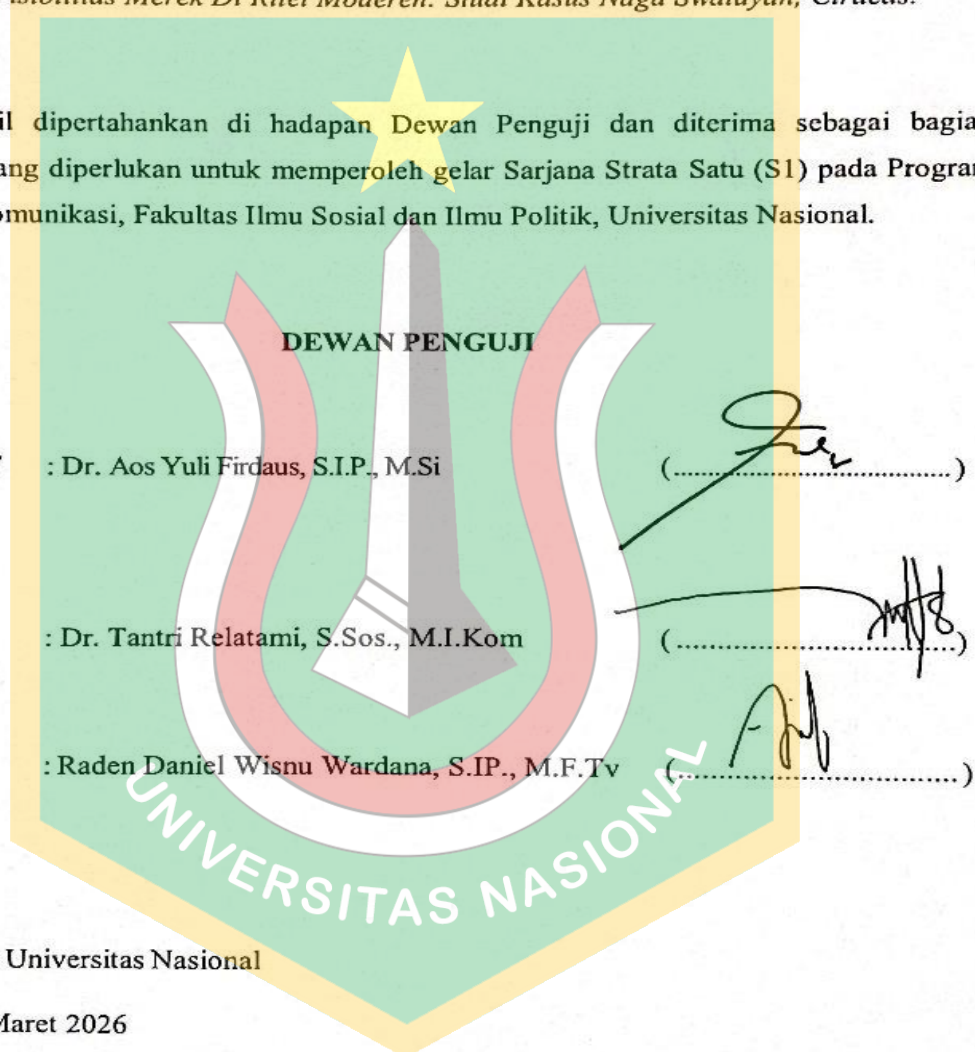
Ketua Sidang/
Penguji 2 : Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si

Penguji I : Dr. Tantri Relatami, S.Sos., M.I.Kom

Pembimbing : Raden Daniel Wisnu Wardana, S.I.P., M.F.Tv

Ditetapkan di : Universitas Nasional

Tanggal : 05 Maret 2026



LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Nabila Dwi Adisti
NPM : 223516516513
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Peminatan : Ilmu Komunikasi & Periklanan
Tanggal Sidang : Kamis, 05 Maret 2026

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

**STRATEGI MERCHANDISING PT. MAYORA INDAH TBK PADA PRODUK COLLAGENA
DALAM PENINGKATAN VISIBILITAS MEREK DI RITEL MODEREN: STUDI KASUS
NAGA SWALAYAN, CIRACAS**

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

**MERCHANDISING STRATEGY OF PT. MAYORA INDAH TBK ON
COLLAGENA PRODUCTS TO IMPROVE BRAND VISIBILITY IN MODERN
RETAIL: A CASE STUDY OF NAGA SWALAYAN, CIRACAS**

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 11 Maret 2026	TGL : 11 Maret 2026	TGL : 11 Maret 2026
 Raden Daniel Wisnu Wardana, S.IP., M.F.Tv	 Swastiningsih, SE., M.Si	 Nabila Dwi Adisti

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi merchandising produk Collagena untuk meningkatkan visibilitas merek di lingkungan ritel modern, dengan fokus pada studi kasus di Naga Swalayan, Ciracas. Penelitian ini menyelidiki bagaimana teknik merchandising visual seperti penempatan produk, pencahayaan, papan tanda, dan tata letak toko secara keseluruhan dapat memengaruhi perilaku konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam lanskap persaingan sektor Barang Konsumen Berputar Cepat (FMCG), di mana banyak merek bersaing untuk mendapatkan perhatian, visibilitas merek menjadi faktor krusial untuk diferensiasi pasar. Penelitian ini mengeksplorasi elemen-elemen kunci yang berkontribusi pada merchandising yang efektif dan peran mereka dalam memperkuat pengenalan dan keterlibatan konsumen dengan merek. Penggunaan strategis merchandising oleh Collagena di ruang ritel dianalisis untuk memahami bagaimana praktik ini dapat meningkatkan minat konsumen dan mendorong pembelian impulsif. Melalui studi kasus ini, penelitian ini menawarkan wawasan praktis bagi perusahaan FMCG yang ingin menyempurnakan strategi ritel mereka. Temuan ini berkontribusi pada bidang pemasaran ritel secara luas, terutama dalam hal penerapan merchandising visual untuk meningkatkan kehadiran merek dan mempengaruhi keputusan pelanggan di titik penjualan.

Kata Kunci: Merchandising, Visibilitas Merek, Barang Konsumsi Cepat Habis (FMCG), Strategi Ritel, Merchandising Visual.



ABSTRACT

This research examines the merchandising strategy of Collagena products to enhance brand visibility in modern retail environments, focusing on a case study at Naga Swalayan, Ciracas. The study investigates how various visual merchandising techniques such as product placement, lighting, signage, and overall store layout can influence consumer behavior and impact purchasing decisions. In the competitive landscape of the Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) sector, where numerous brands vie for attention, brand visibility becomes a crucial factor for market differentiation. The research explores the key elements that contribute to effective merchandising and the role they play in strengthening consumer recognition and engagement with the brand. Collagena's strategic use of merchandising within retail spaces is analyzed to understand how these practices can drive consumer interest and promote impulse buying. Through this case study, the research offers practical insights for FMCG companies looking to refine their retail strategies. The findings contribute to the broader field of retail marketing, particularly in terms of the application of visual merchandising to boost brand presence and influence customer decisions at the point of sale.

Keywords: Merchandising, Brand Visibility, FMCG, Retail Strategy, Visual Merchandising.



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB 1 PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistem Penulisan	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 AIDA (<i>Attention, Interest, Decide, Action</i>)	21
2.3 Landasan Konsep.....	24
2.3.1 <i>Merchandising</i>	24
2.3.2 Visibilitas Merek.....	27
2.3.3 Ritel Moderen.....	28
2.3.4 Warna	29
2.3.5 Fotografi	33
2.3.6 Promosi	41
2.3.7 <i>In-Store Merchandising</i>	52
2.4 Kerangka Pemikiran.....	63

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
3.1 Paradigma Penelitian.....	64
3.2 Pendekatan Penelitian	64
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	65
3.3.1 Objek Penelitian.....	65
3.3.2 Subjek Penelitian	65
3.4 Teknik Pengambilan Data	65
3.4.1 Data Primer	65
3.4.2 Data Sekunder	65
3.5 Teknik Pemilihan Informan.....	66
3.6 Teknik Analisis Data.....	66
3.7 Teknik Keabsahan Data	67
3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian	68
3.8.1 Lokasi Penelitian.....	68
3.8.2 Jadwal Penelitian	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Gambaran Umum.....	69
4.1.1 Profil PT. Mayora Indah Tbk	69
4.1.2 Visi dan Misi PT. Mayora Indah Tbk.....	70
4.1.3 Kegiatan Usaha Serta Jenis Produk yang Dihasilkan.....	70
4.1.4 Struktur Organisasi PT Mayora Indah Tbk.....	72
4.1.5 Tentang Collagena	73
4.2 Hasil Penelitian	73
4.2.1 Reduksi Data	74
4.3 Pembahasan	81
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Iklan Collagena di Stasiun LRT Cawang hingga Dukuh Atas.....	2
Gambar 1.2.	Iklan Collagena di Televisi Channel TransTv.....	3
Gambar 1.3.	Penjualan Collagena Maret-April 2025	3
Gambar 1.4	Data Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dari 2011-2025 Oktober	4
Gambar 2.1	<i>The Munsell System</i>	30
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	63
Gambar 4.1	Logo Perusahaan Mayora	69
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT Mayora Indah Tbk.....	72
Gambar 4.3	Pemberian Tulisan Harga Promo dengan Warna Cerah.....	75
Gambar 4.4	Stand Banner <i>Brand Ambassador</i> Collagena di stand Collagena Naga Swalayan Ciracas	76
Gambar 4.5	Alat Untuk Menganalisis Tipe Kulit dan Permasalahan Kulit Wajah.....	78
Gambar 4.6	Salah Satu Bentuk Penawaran Hadiah dari Collagena	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Matrik Penelitian	94
Lampiran 2.	Draft Hasil Wawancara <i>Key Informan</i>	98
Lampiran 3.	Draft Hasil Wawancara Informan Pendukung	103
Lampiran 4.	Dokumentasi Wawancara	107
Lampiran 5.	Dokumentasi Observasi Partisipan.....	108
Lampiran 6.	Biodata Penulis.....	114

