

**Aktivitas *Integrated Marketing Communication* Honda dalam Meningkatkan  
Penjualan Sepeda Motor Honda CB 150R Street Fire pada *event* Honda  
*Dream Cup* tahun 2016**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Aktivitas *Integrated Marketing  
Communication* dalam Meningkatkan Penjualan di PT. Astra International  
Tbk.-Honda Yogyakarta Region Office)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Strata-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh :**

**RINI SUPRIANTI**

**(20130530131)**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

## PERNYATAAN

Nama : Rini Suprianti  
Nomor Mahasiswa : 20130530131  
Konsentrasi : Advertising  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi/tugas akhir saya yang berjudul “**Aktivitas *Integrated Marketing Communication* Honda dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Honda CB 150R Street Fire pada event Honda Dream Cup tahun 2016**” ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/ menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, \_\_\_\_\_

Rini Suprianti

## HALAMAN MOTO

*Bagaimana (manusia) ada malaikat-malaikat yang menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah.*

*Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka merubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tidak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain dia.*

(Q.S Ar-Ra'd : 11)

*Ambilah kebaikan dari apa yang dikatakan, jangan melihat siapa yang mengatakan.*

(Nabi Muhammad SAW)

*“Pengalaman adalah apa yang kita dapatkan ketika kita tidak mendapatkan apa yang kita inginkan”.*

(Enio Carvalho)

*“Kalau tidak dipecahkan ruyung, manakan dapat sagunya (tidak akan tercapai tujuan/keinginan kalau kita tidak mau berusaha dan bersusah payah)”.*

(Pepatah melayu Kuno)

*Hidup harus terus berlanjut, tidak peduli seberapa menyakitkan atau membahagiakan, biar waktu yang akan menjadi obat.*

(Tere Liye)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ini saya persembahkan kepada

### **✿ Allah SWT ✿**

Sujud syukurku kusembahkan kepada Allah SWT yang maha agung, maha tinggi, maha adil, dan maha penyayang umat. Atas segala izin dan rahmatMu untuk kemampuan yang hamba miliki semata-mata hanyalah kuasaMu, serta nikmat sehat yang hamba rasakan melalui proses dalam penyusunan skripsi ini. Tentu tidak terhitung nilainya, semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih impianku. Amin.

### **✿ Kedua orang tuaku ✿**

Sebuah tanda bukti, hormat, dan terimakasih yang tiada tara kupersembahkan dengan karya yang sederhana ini. Jerih payah dan keringat yang bercucuran, tidak akan bisa membalas jasa-jasa yang kalian berikan kepadaku.

### **✿ Saudaraku, kakak ipar dan Adiku ✿**

Arifianto, Sabrianto, Sabrizal, Jumila, Mulyati, Putri, dan Ahmad Zam Huri (adik). Serta keluarga besar yang telah mendukung dan mendoakan saya hingga saya selesai menyelesaikan karya ini.

### **✿ Laki-laki yang membantu dalam semangatku ✿**

Abdi Limam S.T. Semoga kelak kita akan dipertemukan dalam surgaNya. Amin.

### **✿ Dosen Pembimbingku ✿**

Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M. Si selaku dosen pembimbing skripsi saya. Terima kasih sudah membimbing dalam penulisan skripsi ini, sudah dinasehati tentang kehidupan, diajari semangat berjuang, luangan waktu yang diberikan. Saya tidak akan lupa atas bantuan dan kesabaran Ibu menghadapi kesalahan-kesalahan yang saya alami.

◆ **Sahabat – sahabatku** ◆

Salam cinta buat kalian semua, terimakasih atas semangat yang kalian berikan

**Fotka**, salam FAFIFU

**IPMR-KP**, salam Tuah Negri Seiya Sekata

**Abstrak**, terimakasih keluarga terhangat. Tetap semangat, tetap menjadi keluarga hangat dalam kedingian, tetap berjuang menggapai mimpi-mimpi dan harapan.

Dan Akhirnya saya hanya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung saya. Hanya sebuah karya kecil dan untaian kata-kata ini yang dapat saya persembahkan kepada kalian semua. Terimakasih kuucapkan atas semuanya.

Atas segala kesalahan, kekhilafan dan kekuranganku, dengan kerendahan hati saya mohon maaf yang sebesar-besarnya.

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Rini Suprianti**

**20130530131**

***Aktivitas Integrated Marketing Communication Honda dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Honda CB 150R Street Fire pada Event Honda Dream Cup 2016 “PT. Astra International Tbk. Honda Yogyakarta Region Office***

**Tahun Skripsi : 2017 + 122 halaman + 22 Halaman Lampiran + 16 gambar**

**Daftar Pustaka : 19 buku + 3 penelitian terdahulu + 6 jurnal + 4 internet**

Persaingan industri otomotif sepeda motor di Indonesia semakin ketat, sehingga menuntut perusahaan untuk memiliki strategi dalam meningkatkan angka penjualannya. Melalui tujuan dari penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan *integrated marketing communication* PT. Astra International Tbk. Honda Yogyakarta Region Office dalam meningkatkan penjualan sepeda motor honda CB 150R *Street Fire* pada *event* Honda *Dream Cup*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada. Metode penggunaan data yang dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa aktivitas *Integrated Marketing Communication* yang dilakukan berdampak langsung terhadap penjualan CB 150R *Street Fire*, hal tersebut dapat dilihat dari hasil penjualan yang diperoleh melebihi angka target yang telah ditetapkan. Aktivitas *Integrated Marketing Communication* Honda dalam meningkatkan penjualan sepeda motor Honda CB 150R *Street Fire* pada *Event* Honda *Dream Cup* 2016 adaah dengan mengkombinasikan berbagai elemen bauran promosi yaitu melalui *advertising*, *salles promotion*, *PR*, *personal selling* untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

**Kata kunci** : *Event, Integrated Marketing Communication (IMC)*, Bauran Promosi, Peningkatan Penjualan

## ABSTRACT

*Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*

*Faculty Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*

*Majoring in Communication Science*

*Concentration Advertising*

*Rini Suprianti*

*20130530131*

*Integrated Marketing Communication Honda Activities in Increasing Sales of Honda CB 150R Street Fire Motorcycle on Honda Dream Cup Event 2016 “PT. Astra International Tbk. Honda Yogyakarta Region Office”.*

*Script Year : 2017 + 122 pages + 22 attachment page + 16 pictures*

*Daftar Pustaka : 19 book + 3 previous research + 6 jurnal + 4 internet sources*

*The competition of the motorcycle industry in Indonesia is getting tighter so that it demands the company to have a strategy in getting its sales. Through the purpose of research is to describe integrated marketing communication PT. Astra International Tbk. Yogyakarta Region Office in increasing sales of Honda motorcycles CB 150R Street Fire at Honda Dream Cup event. In the research, the research uses descriptive method with qualitative approach which is the problem solving procedure that is investigated by describing the state of the research object based on the facts. Methods of data usage conducted through interviews and communication. Based on the results of research can be seen that the integrated marketing communication activities conducted have a direct impact on sales CB 150R Street Fire, it can be seen from the sales results exceeded the number of targets that have been determined integrated marketing communication activity Honda in increasing sales of Honda CB 150R Street Fire motorcycle on event Honda Dream Cup 2016 is by combining various elements of the promotion mix through advertising, sales promotion, PR, personal selling. To achieve the expected objectives.*

*Keywords : Event, Integrated Marketing Communication (IMC), Promotion Mix, Increase in Sales.*

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr. Wb*

*Alhamdulillah* *illabill'amin*, puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang memberikan hidayah dan inayahnya, sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak masukan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati menyampaikan terimakasih kepada:

- Kedua orang tua, keluarga besar yang telah memberikan semangat, motivasi, dan dorongan agar saya tetap berjuang demi menggapai harapan.
- Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyo, M.P. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ibu Dr. Titin Purwaningsih. S.IP.,M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
- Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. Selaku dosen pembimbing yang selalu bersedia membimbing, mengarahkan, dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi.
- Seluruh dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selama ini telah menjadi pengajar bagi kami mahasiswa ilmu komunikasi.
- Bapak Budi Hartanto. Selaku kepala marketing PT. Astra International Tbk. Honda Yogyakarta Region Office yang telah memberikan kesempatan penulis melakukan penelitian hingga selesai.
- Bapak Cristia Adhi Dharma. Selaku pembimbing lapangan, penasehat, dan narasumber 2 yang telah memberikan arahan dalam penyelesaian skripsi.
- Bapak Regis. Selaku narasumber 1 pada skripsi ini, terimakasih banyak atas bantuan yang Bapak berikan kepada saya.
- Bapak Niko. Selaku penasehat saya di PT. Astra International Tbk. Honda Yogyakarta Region Office yang selalu memberikan motivasi, nasehat, semangat, dan harus tetap belajar “Jangan Katakan Tidak Bisa”.
- Bapak Heri Kurniawan, Bapak Budi, Mas Faka, Mas Anton, Bapak Ibu Rini, Ibu Endah, Mba Erlin Putu, Mba Ayu, dan seluruh keluarga baru saya di PT. Astra International Tbk. Honda Yogyakarta Region Office.



- Ibu saya di tanah rantau. Bude Jilah, terima kasih didikan, nasehat, dan motivasi yang engkau berikan kepada saya, sehingga saya bisa belajar banyak hal di tanah rantau ini.
- Saudara-saudara perjuangan di tanah rantau Rina Nurbasiroh, Febri Hesa, Adruwinzen, Tania, Hendriki, Evan, Panti Ahmad, Nendy Setyawan, Fahrul, Kak Desong (Desi Diana F), Alim Apow, Novian, Shinta Lemek, Witsy, Putri Aristiani, Rika Widyanti, Nova Arlisa, Ulva, Angga Pratama, Ayu Alnia, Bung Aziz, Pri Anugrah, Juki, Diki, Sayidi, Mella Hartati, Yongki Vian Sahendra, Bang Lasman, Dini Cintia, Kak Helen Puspita, Mba Asri Dwi Ariani, Fajar Wati, Yeni Estianti, Aula dan seluruh saudara-saudaraku. Terimakasih kebersamaan yang selama ini kita jaga.
- Sahabat-sahabatku kampung halaman. Yeni Oktavia, Riyanti Yusri, Riska Ariska, Rinda Harmika, Suranto, Bang Eko, Elva Disa, Eva Eprianti, Siska manja. Semoga kalian selalu jadi sahabat buatku.
- Teman-teman baikku. Anisa Prahasti IK, Bella Inanda Purti IK, Rika Dewi Fransiska IK, Agus Budi IK, Arif Kurnianto IK, Ummi Athiah Fitroh IK, Huda IK, Eva Nahla IK, Dyana Juniarti IK, Wisnu (Pace) , Royan Pramono IK, Reni IK, Masita IK, Anisya IK, Ravesta, M.Bintang, Daus, Alvin, Eka Anisa Sari, dan seluruh IKC. Terimakasih semangat yang kalian berikan, semoga suatu saat nanti kita bisa berkumpul bersama lagi.

Sebagai manusia biasa, dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan karena itu penulis menyadari bahwa tidak ada hasil karya manusia yang sempurna. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Semoga hasil karya sederhana ini bermanfaat bagi pembaca.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb***

Yogyakarta, 4 Desember 2017

Penulis

Rini Suprianti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penulisan .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Kajian Teori .....	11
1. <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	11
2. Segmentasi, Targeting, <i>Positioning</i> .....	15
3. Bauran Promosi .....	18
4. Strategi <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	21

F.	Riset Terdahulu .....	40
G.	Metode Penelitian .....	43
	1. Jenis Penelitian .....	43
	2. Informan Penelitian .....	44
	3. Teknik Pengumpulan Data .....	45
	4. Teknik Analisis Data .....	46
	5. Uji Validitas Data .....	48
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>		<b>50</b>
A.	Profil Astra Honda Motor .....	50
	1. Sejarah Perusahaan .....	50
	2. Logo Perusahaan .....	55
B.	Filosofi .....	56
	1. Catur Darma .....	56
	2. Visi .....	56
	3. Misi .....	57
C.	Keunggulan Astra Honda Motor .....	57
D.	Astra Motor <i>Positions</i> dan Struktur Jabatan .....	58
	1. <i>Asrea</i> Motor <i>Positions</i> .....	58
	2. Struktur Jabatan .....	58
E.	Peraturan Perusahaan .....	60
<b>BAB III SAJIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>62</b>
A.	Hubungan AHM dengan Astra Motor .....	62
B.	Segmentasi, Targeting, <i>Positioning</i> .....	67

1. Segmentasi .....	67
2. Targeting .....	71
3. <i>Positioning</i> .....	73
C. Perencanaan IMC Program Honda <i>Dream Cup</i> .....	75
1. Latar Belakang Penyelenggaraan Honda <i>Dream Cup</i> .....	75
2. Langkah-Langkah Pelaksanaan Honda <i>Dream Cup</i> .....	78
D. Aktivitas IMC Evnt Honda <i>Dream Cup</i> .....	90
1. Pemasangan Iklan Honda <i>Dream Cup</i> .....	93
2. Pelaksanaan Honda <i>Dream Cup</i> .....	98
a) <i>Honda Exhibition</i> .....	99
b) <i>Riding Experience</i> .....	102
c) Om. Ariesta .....	103
d) <i>Ozora Dencer</i> .....	106
e) <i>Games Gynkhana Compotition</i> .....	108
f) <i>Honda Dream Cup Tour</i> .....	111
E. Evaluasi .....	114
 <b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	117
B. Saran .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	119
<b>LAMPIRAN</b> .....	122

## DAFTAR GAMBAR

<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
Gambar 1.1. Perbandingan angka penjualan di tahun 2016.....	9
Gambar 1.2. Lingkup pembahasan IMC .....	15
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	50
Gambar 2.1. Logo Astra Honda Motor .....	55
Gambar 2.2. Logo Astra Motor .....	55
Gambar 2.3. Logo <i>Dealer</i> Honda.....	56
Gambar 2.4. Urutan Astra Motor .....	58
<b>BAB III SAJIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	62
Gambar 3.1. Astra Motor <i>Positions</i> .....	63
Gambar 3.2. Program berdasarkan panduan Astra Moor .....	64
Gambar 3.3. Penghargaan Astra Motor.....	80
Gambar 3.4 Langkah-langkah kegiatan.....	88
Gambar 3.5. Iklan poster .....	94
Gambar 3.6. Iklan <i>Banner</i> .....	94
Gambar 3.7. Iklan <i>Billboard</i> .....	95
Gambar 3.8. Iklan Spanduk.....	95
Gambar 3.9. Kegiatan Honda <i>below the line</i> (BTL) .....	98
Gambar 3.10. Display CB 150R aktivitas Honda <i>exhibition</i> .....	99
Gambar 3.11. <i>Riding experience</i> .....	102
Gambar 3.12. Om. Ariesta.....	103
Gambar 3.13. <i>Ozora Drencer</i> .....	106

Gambar 3.14. Hasil kualifikasi CB 150R Street Fire GGC.....	119
Gambar 3.15. Bentuk aktivitas HDC.....	110
Gambar 3.16. Aktivitas HDCT kunjungan Astra Motor ke SMK Kesatrian	112

## DAFTAR TABEL

### **BAB I PENDAHULUAN**

Tabel 1.1. Bauran komunikasi pemasaran.....	30
---	----

### **BAB III SAJIAN DAN PEMBAHASAN**

Tabel 3.1. Penjualan sepeda motor CB 150R Street Fire pada event HDC .	100
--	-----