



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ASTRA HONDA MOTOR
TERKAIT KEBIJAKAN PEMERINTAH TENTANG PENETAPAN BESARAN
UANG MUKA UNTUK KREDIT KENDARAAN BERMOTOR

(Studi Kasus PT.GAMMA EKA SENTOSA
dealer Honda Motor Tangerang)

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Kevin Santoso
09120110096

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2013

MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF ASTRA HONDA MOTOR
RELATED TO THE GOVERNMENT POLICY ABOUT AMOUNT OF CREDIT
FOR MOTORCYCLE VEHICLE

(Case Study of PT GAMMA EKA SENTOSA

Honda Motorcycle Dealer, Tangerang)

Thesis



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

This Thesis asked to meet requirements
A Bachelor of Communications Studies (S.I.Kom)

Kevin Santoso
09120110096

PUBLIC RELATIONS PROGRAM STUDY
FACULTY OF COMMUNICATION
MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY
TANGERANG
2013

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Oktober 2013

(Kevin Santoso)

UMMN

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karenaNya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang diajukan pada Program Strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Skripsi ini membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran Astra Honda Motor terkait adanya kebijakan kenaikan pemerintah mengenai kenaikan uang muka untuk kredit kendaraan bermotor, pada studi kasus PT Gamma Eka Sentosa. Skripsi ini mengangkat bahasan mengenai strategi *push* dan *pull* dalam komunikasi pemasaran yang digunakan AHM dan diimplementasikan pada PT Gamma Eka Sentosa.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
2. Ibu Dian Anggraeni, S.S., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang sangat banyak membantu membuka pikiran penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen yang pernah secara langsung mengajar penulis selama kuliah.
4. Orang tua dan adik tercinta, yang selalu menjadi motivasi bagi penulis untuk terus melanjutkan apa yang sudah dikerjakan.
5. Serta sahabat-sahabat lain yang selalu memberi semangat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk penelitian lanjutan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

HALAMAN PENRYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
ABSTRAK	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Kegunaan Penelitian	13
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.2. Model Komunikasi.....	15
2.3. Pemasaran	18
2.4. Komunikasi Pemasaran.....	20
2.5. Konsep Regulasi	25
Kerangka Pemikiran.....	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Paradigma Penelitian	30
3.2. Jenis dan Sifat Penelitian	30
3.3. Metode Penelitian	31
3.4. Subjek Penelitian	31
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.7. Fokus Penelitian.....	34
3.8. Definisi Konsep	35
3.9. Teknik Analisis Data.....	35
3.10. Uji Keabsahan Data	37
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.2. Hasil Penelitian	50
4.3. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP	80
5.1. Simpulan	80
5.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	104

ABSTRAK

Adanya latar belakang untuk mengurangi kemacetan dan pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor, pemerintah akhirnya mengambil kebijakan dengan menaikkan pembayaran uang muka untuk kredit kendaraan bermotor. Dampak dari adanya kebijakan pemerintah ini mempengaruhi penjualan sepeda motor di Indonesia, yang mengalami penurunan setelah diberlakukannya kebijakan ini.

Penelitian ini menggunakan teori-teori dalam komunikasi pemasaran, dengan fokus penelitian *Marketing Communication Planning Framework* yang dibuat oleh Chris Fill. Penelitian ini ingin mencari tahu apakah kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan tepat sasaran dengan adanya kebijakan pemerintah yang menaikkan uang muka untuk kredit kendaraan bermotor. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan narasumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, strategi *push and pull* dalam komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh PT Gamma Eka Sentosa dengan dukungan dari Astra Honda Motor (AHM), terbukti tepat sasaran dengan adanya kebijakan pemerintah dalam menaikkan uang muka untuk kredit kendaraan bermotor. Hal ini dibuktikan dengan laporan penjualan sepeda motor PT Gamma eka Sentosa yang kembali stabil dan mengalami kenaikan setelah mengalami penurunan setelah adanya kebijakan, selain itu dengan meningkatkan pelayanan di dealer, PT Gamma Eka Sentosa memperoleh keuntungan *word of mouth* dari pelanggan dan adanya *repeat order* untuk pembelian sepeda motor.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, *word of mouth*, *repeat order*, *push and pull strategy*