

## ABSTRAK

Dalam perencanaan media yang akan digunakan untuk memanfaatkan *space* iklan yang tersedia pada media iklan dapat berpengaruh pula pada efisiensi dan efektifitas iklan yang ditayangkan. Sebab dengan penempatan iklan pada *space* yang tepat akan memudahkan khalayak untuk melihatnya kemudian iklan tersebut dapat dicerna dengan baik. Diperlukan suatu perencanaan atau strategi terlebih dahulu untuk menentukan suatu *space* yang akan digunakan karena *space* yang letaknya strategis dan mudah dilihat khalayak pasti tarif pemasangan iklannya lebih mahal dibandingkan *space* yang sulit dilihat khalayak. Untuk itulah sebelum memasang iklan, pengiklan mempunyai pertimbangan tersendiri baik dari segi biaya, target iklan, media iklan maupun jumlah *space* yang digunakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh PT Astra Internasional Tbk-Honda Yogyakarta dalam memanfaatkan *space* iklan yang terdapat pada bus Trans Jogja sebagai media iklan. Serta bagaimana penerapan iklan produk sepeda motor Honda tersebut pada *space* yang tersedia di bus Trans Jogja. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang menekankan pada pengamatan langsung sehingga penulis dapat memperoleh data yang relevan sesuai dengan kondisi yang sedang terjadi. Serta penulis dapat berperan sebagai khalayak yang merupakan sasaran dari iklan produk sepeda motor Honda untuk menguji apakah penempatan iklan yang dilakukan oleh PT Astra Internasional Tbk- Honda Yogyakarta dapat menjangkau sasarannya. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pemanfaatan *space* iklan oleh iklan produk sepeda motor Honda adalah pemasangan iklan pada 8 armada bus di masing-masing trayek, khusus untuk trayek yang ramai seperti 1A dan 3A pemasangan iklannya lebih banyak. Iklan terletak pada *space* bagian luar armada yaitu pada bagian belakang dan samping belakang badan bus berupa gambar produk (*product shoot*) sepeda motor Honda (Scoopy dan Beat), bagian kaca depan bus berupa tulisan slogan Honda “One Heart” Sedangkan pada bagian dalam armada bus terletak pada gantungan tangan yang berjumlah 22 buah berupa tulisan slogan Honda “One Heart” dan logo Honda. Berarti strategi pemanfaatan *space* iklan yang dilakukan PT Astra Internasional Tbk- Honda Yogyakarta adalah pemasangan iklan pada 24 *space* bagian luar armada bus dan pada 176 *space* bagian dalam armada bus. Dengan pemanfaatan *space-space* iklan yang terdapat di Bus Trans Jogja diharapkan iklan dapat menjangkau masyarakat lokal secara luas maupun masyarakat yang tidak dapat dijangkau oleh media iklan lainnya.

## ABSTRACT

The media planing which will be used for exploit advertistment space that available on advertisement media it has to influece of efficiency and effectiviti advertisement it's carry on. Because with advertising placement on the right space will make easier public to looking later the advertistment can easy digestible. Need some planning or strategy previously to decisive some space where will used because space on strategic place and easy to show on public surely the placement price is more expensive than the other space. So before advertising placement, the advertiser have a consideration from budget, public, advertisement media, or the quantity of the space to used. The aim of this study was to find strategy which it used from PT Astra International Tbk-Honda Yogyakarta to exploit advertisement space that available on bus Trans Jogja as a advertisement media and how applications of advertisement product motorcycle Honda on the space that available on bus Trans Jogja. The type of the study was descriptive qualitative study emphasizing on direct observation so the writer can reach a relevant data which it's convenient with the real situation. And the writer can be acting as a public which is the target of advertisement product motorcycle Honda to examine what the advertising placement from PT Astra International Tbk-Honda Yogyakarta can reach their target. The result of the study showed that exploit advertisement space of advertising product motorcycle Honda is advertising placement at 8 bus on each route, restricted for crowded route like 1A and 3A advertising placement is much many then other route. Advertisement is sitting on the space in exterior bus is on the back and side-back bus body which it form is a text of Honda's tagline "One Heart" And than on the interior bus is sitting on the handle hanger which it quantity is 22 it form is a text of Honda's tagline and Honda's logo. It mean the strategy exploit advertisement space from PT Astra Internasional Tbk- Honda Yogyakarta is advertising placement on 24 bus ekterior space and 176 bus interior space. With exploit advertisement spaces on teh bus Trans Jogja it expected can reach the local public widely that they can't reached from the other media advertisement.