

ABSTRAK

Event sebagai Strategi Komunikasi pemasaran dalam Memasarkan Motor Honda CB 150 R pada Astra Motor Yogyakarta. Skripsi. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, 2014.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) strategi komunikasi pemasaran penjualan motor Honda CB 150 R dan (2) *event* pemasaran penjualan motor Honda CB 150 R pada Astra Motor Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Obyek penelitian adalah *event* pemasaran motor Honda CB 150 R yang diselenggarakan oleh Astra Motor Yogyakarta. Informan penelitian adalah seluruh panitia *event*, manajemen, dan staf Astra Motor Yogyakarta. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Analisis menggunakan teknik kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) panitia *event* dalam struktur organisasi tidak bekerja semua hanya beberapa orang saja. Ini membuktikan bahwa struktur organisasi belum berjalan dengan baik sehingga perlu adanya kerjasama antar setiap anggota yang masuk pada struktur organisasi. Meskipun begitu *event* Honda CB 150 R tetap berjalan lancar karena panitia sangat kompeten dalam bidang masing-masing. Dari hasil data dilapangan panitia pelaksana telah membuat *event* Honda CB 150 R ini menarik minat *audience* sasaran dimana mereka dapat datang dan hadir ke dalam *event* tersebut dan menikmati semua acara yang dihadirkan dan yang paling utama adalah *audience* sasaran mendapatkan pengetahuan baru tentang Honda CB 150 R. (2) Tujuan penyelenggaraan *event* pemasaran Honda CB 150 R ini berhasil walaupun masih perlu perbaikan dan evaluasi. (2) Beberapa *event* PEMASARAN Honda CB 150 R untuk meningkatkan minat pengunjung adalah pameran atau display modifikasi motor Honda CB 150 R, *test safety riding* dengan pihak kepolisian lalu lintas, “*4th Regional Community Safety Riding Advisor Competition*”, dan konser musik.

Kata Kunci: *komunikasi, pemasaran, Honda CB 150 R*

ABSTRACT

Event as a Promotion Communication Strategy in Marketing Motorcycle of Honda CB 150 R in Astra Motor Yogyakarta. Communication Study Program, Faculty of Social Science and Politic, University of Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 2014.

The objectives of this study are to describe (1) promotion communication strategy in marketing Honda CB 150 R and (2) event of marketing promotion of Honda CB 250 R in Astra Motor Yogyakarta. This study was a descriptive and qualitative research. The research object was promotion event of CB 150 R conducted by Astra Motor Yogyakarta. The research informants were event committees, managements, and staffs of Astra Motor Yogyakarta. Data collecting techniques used interview and documentation, while data analysis technique used qualitative analysis. This study shows that (1) not all committees of event in organization structure work and only few committees. It shows that organization structure had not worked well, so that it needed a strong relationship between the committees. However, event of CB 150 R could be done well because the committees were very competence in every sector. From the data from the research, the committees had made event CB 150 R more interesting where many audience coming to this event and enjoying the programs. (2) Some promotion event of Honda 150 R to improve audiences' interest were exhibition or display modification of Honda 150 R, test safety riding with traffic police, **"4th Regional Community Safety Riding Advisor Competition"**, and music concert.

Key words: communication, promotion, *Honda CB*