



**BRAND IMAGE HONDA BEAT PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

(Survey Pada Followers Akun Instagram @welovehonda_id)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata
1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan**

Disusun oleh:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Syamsul Arifin

44318110074

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023



**BRAND IMAGE HONDA BEAT PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

(Survey Pada Followers Akun Instagram @welovehonda_id)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata
1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan**

Disusun oleh:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Syamsul Arifin

44318110074

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syamsul Arifin
NIM : 44318110074
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : Brand Image Honda Beat Pada Media Sosial
Instagram (Survey Pada Followers Akun Instagram
@Welovehonda_Id)

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatlan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 02 Maret 2023



Syamsul Arifin




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Syamsul Arifin
NIM : 44318110074
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : Brand Image Honda Beat Pada Media Sosial
Instagram (Survey Pada Followers Akun Instagram
@Welovehonda_Id)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi jurusan Advertising & Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing :	Kurniawan Prasetyo, M.I.kom	
NIDN	0316129201	(.....)
Penguji Ahli :	Engga Probi Endri, M.A	
NIDN	0317089402	(.....)
Ketua Penguji :	Yuni Tresnawati, M.I.Kom	
NIDN	0326068001	(.....)

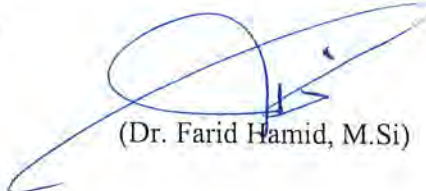
Jakarta, 02 Maret 2023
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismilahirrahmanirrahim shalawat serta salam kita panjatkan kepada Nabi Muhammad Sallahu Alaihi Wasalam. Alhamdulillah puji dan syukur kehadiran Allah Subhanallahu Wata'ala karena rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Brand Image Honda Beat Pada Media Sosial Instagram (Survey Pada Followers Akun Instagram @welovehonda_id)”.

Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata (S-1) pada fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan di Universitas Mercubuana. Dalam penyusunan skripsi ini penulis berupaya semaksimal mungkin untuk memberikan hasil yang baik sehingga dapat bermanfaat untuk penulis sendiri maupun pembaca, namun penulis menyadari pasti bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis yang jauh dari kata sempurna oleh karena itu penulis memerlukan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan dimasa yang akan datang.

Penulis menyadari tanpa bantuan banyak pihak, penelitian skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan kali ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu :

- 1) Bapak Kurniawan Prasetyo, M.I.kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan untuk penyusunan skripsi hingga diselesaikan dengan baik.
- 2) Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.
- 3) Ibu Yuni Tresnawati, M.I.Kom, selaku ketua bidang studi Marketing Communication & Advertising.
- 4) Ibu Dewi Sad Tanti, M.Si, selaku sekretaris bidang studi Marketing Communication & Advertising Universitas Mercu Buana.

- 5) Seluruh dosen Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan atas ilmu dan pengetahuan yang diberikan kepada penulis.
- 6) Kedua orang tua dan keluarga yang senantiasa mengingatkan penulis untuk selalu bersemangat dan hidup lebih baik serta yang selalu memberikan dukungan do'a maupun materil.
- 7) Kepada teman-teman perkuliahan yang selalu membantu saya dan memberikan support dan nasihat serta sahabat sekaligus teman-teman seperjuangan.

Akhir kata penulis mempersembahkan hasil penelitian ini sebagai sebuah kecintaan dan pengabdian terhadap bangsa dan negara. Semoga bermanfaat.



Jakarta, 22 Juni 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Syamsul Arifin)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syamsul Arifin
NIM : 44318110074
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : Brand Image Honda Beat Pada Media Sosial
Instagram (Survey Pada Followers Akun Instagram
@Welovehonda_Id)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif in Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*),merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama sayas sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 02 Maret 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in blue ink is placed over a 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'REPUBLIK INDONESIA', and 'MEKARAL TEMPEL'. A serial number 'XGB3AKX327844797' is visible at the bottom of the stamp.

(Syamsul Arifin)

ABSTRAK

Nama : Syamsul Arifin
NIM : 44318110074
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : Brand Image Honda Beat Pada Media Sosial Instagram (Survey Pada Followers Akun Instagram @Welovehonda_Id)
Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, M.I.kom

Berkembangnya teknologi informasi membawa perubahan dalam pemasaran menuju digitalisasi. sosial saat ini banyak digunakan oleh berbagai elemen masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui brand image honda beat pada media social Instagram @welovehonda_id. Penulis menggunakan teori pemasaran digital dari yang mana komunikasi sebagai proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu atau antar organisasi dalam individu. Yang mana menggunakan pemasaran digital melalui media sosial yang telah terbukti menjadi cara yang bagus untuk menjangkau ribuan pelanggan dan calon pelanggan. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi merupakan followers Instagram @welovehonda_id, dan sampel sebanyak 100 responden menggunakan rumus slovin, Teknik analisis datanya menggunakan uji deskriptif, validitas, reliabilitas dan analisis kuartil. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran media sosial instagram @welovehonda_id sangat berperan penting dalam meningkatkan brand image produk. *Brand Image* yang sudah dibangun oleh perusahaan AHM melekat dibenak responden dengan memiliki desain yang menarik, memiliki reputasi yang baik, ciri khas dibandingkan kompetitor dan kualitas yang baik, serta promosi yang dilakukan diInstagram @welovehonda_id sudah cukup baik dan memberikan banyak informasi yang cukup jelas untuk membangun citra merek atau *brand image* dari Honda Beat.

Kata Kunci: Brand Image, Social Media, Honda Beat.

ABSTRACT

Name : Syamsul Arifin
NIM : 44318110074
Study Program : Advertising & Marketing Communication
Title : Honda Beat Brand Image on Instagram Social Media
(Survey on Instagram Account Followers
@Welovehonda_Id)
Counsellor : Kurniawan Prasetyo, M.I.kom

The development of information technology has brought changes in marketing towards digitalization. Social media is currently widely used by various elements of society. The purpose of this research is to find out the Honda Beat brand image on Instagram social media @welovehonda_id. The author uses digital marketing theory from which communication is a process by which thoughts and understandings are conveyed between individuals or between organizations within individuals. Which uses digital marketing through social media which has proven to be a great way to reach thousands of customers and potential customers. This research method uses a quantitative method with a population of Instagram followers @welovehonda_id, and a sample of 100 respondents using the slovin formula. The data analysis technique uses descriptive tests, validity, reliability and quartile analysis. The results of this study show that the role of social media Instagram @welovehonda_id plays a very important role in increasing product brand image. The brand image that has been built by the AHM company sticks in the minds of respondents by having an attractive design, having a good reputation, characteristics compared to competitors and good quality, and promotions carried out on Instagram @welovehonda_id are quite good and provide a lot of information that is clear enough to build brand image or brand image of the Honda Beat.

Keyword: Brand Image, Social Media, Honda Beat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	11
2.4 Brand.....	14
2.4.1 <i>Brand Image</i>	15
2.5 Media Sosial.....	17
2.5.1 Instagram	18
BAB III	20
METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Paradigma Penelitian.....	20
3.2 Metode Penelitian.....	20

3.3	Populasi dan Sampel	21
3.4	Definisi dan Operasional Konsep	22
3.4.1	Definisi Konsep	22
3.4.2	Operasional Konsep.....	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5.1	Data Primer	24
3.5.2	Data Sekunder.....	25
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	25
3.6.1	Uji Validitas.....	25
3.6.2	Uji Reliabilitas	26
3.7	Metode Analisis Data.....	27
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	27
3.7.2	Analisis Kuartil.....	27
BAB IV		29
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		29
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.1.1	Sejarah Umum Honda	29
4.1.2	Logo Perusahaan	31
4.1.3	Filosofi, Visi dan Misi Honda.....	32
4.1.4	Keunggulan Astra Honda Motor.....	33
4.1.5	Astra Motor Positions	34
4.1.6	Honda Beat.....	34
4.1.7	Tipe Honda Beat	35
4.1.8	Kegiatan Promosi dan Aktivitas Sosial AHM	36
4.1.9	Aturan Perusahaan dan Aturan Perilaku	37
4.2	Karakteristik Responden	39
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.3	Uji Validitas	41
4.4	Uji Reliabilitas	42
4.5	Deskriptif Variabel.....	43
4.6	Hasil Analisis Kuartil.....	50
4.7	Pembahasan.....	52

BAB V.....	58
KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market Share Sepeda Motor Honda Tahun 2020.....	6
Tabel 1.2 Motor Terlaris di Indonesia Tahun 2020	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Operasional Variabel Brand Image.....	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif Variabel Item 1	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Deskriptif Variabel Item 2.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Deskriptif Variabel Item 3.....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Deskriptif Variabel Item 4.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Deskriptif Variabel Item 5.....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Deskriptif Variabel Item 6.....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Deskriptif Variabel Item 7.....	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Deskriptif Variabel Item 8.....	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Deskriptif Variabel Item 9.....	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Deskriptif Variabel Item 10.....	48
Tabel 4.16 Hasil Uji Deskriptif Variabel Item 11	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Deskriptif Variabel Item 12.....	49
Tabel 4.18 Hasil Analisis Kuartil.....	51
Tabel 4.19 Kategori Sikap Responden.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Media Sosial Favorit	3
Gambar 1.2 Instagram: Advertising Audience Overview.....	4
Gambar 1.3 Akun Instagram @welovehonda_id.....	5
Gambar 3.1 Pembagian Daerah Menurut Kuartil	28
Gambar 4.1 Logo Astra Honda Motor	31
Gambar 4.2 Logo Dealer Honda	31
Gambar 4.3 Urutan Posisi Astra Honda Motor.....	34
Gambar 4.4 Pembagian Daerah Menurut Kuartil	51

