

**STRATEGI KOMUNIKASI PT. PIAGGIO INDONESIA  
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PT. PIAGGIO CABANG  
BEKASI DALAM MENJAGA LOYALITAS PRODUK VESPA  
PADA KOMUNITAS HI SCOOT  
DI KOTA BEKASI)**

**SKRIPSI**

**Oleh :  
Heryan Pungkas  
201410415119**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Piaggio Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif PT. Piaggio Cabang Bekasi Dalam Menjaga Loyalitas Produk Vespa Pada Komunitas Vespa HI Scoot di Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Heryan Pungkas

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410415119

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

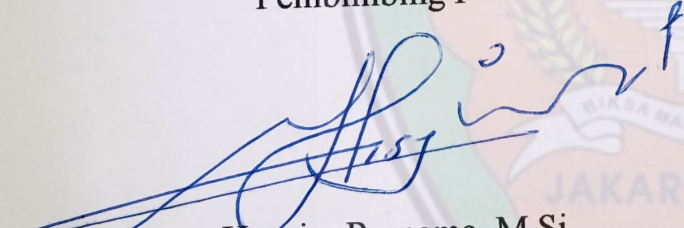
Tanggal Lulus Ujian Proposal: 26 Januari 2021

Jakarta, 02 Februari 2021

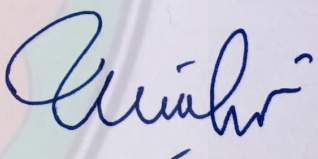
MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Drs. Hasyim Purnama, M.Si

NIDN 0311076203

  
Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H

NIDN 0312026604



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Piaggio Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif PT. Piaggio Cabang Bekasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Produk Vespa Pada Komunitas Vespa HI Scoot di Kota Bekasi)

Nama Mahasiswa : Heryan Pungkas

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410415119

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Januari 2021

Jakarta, 02 Februari 2021  
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Nurul Fauziah, S.Sos. M.I.Kom  
NIDN 0321048302

Penguji 1 : Dr. Dwinarko, Drs., M.M., MH  
NIDN 0312026604

Penguji 2 : Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIDN 0302069106

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP 1904409

Dr. Aan Widodo, S.I. Kom, M.I.Kom  
NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi PT. Piaggio Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif PT. Piaggio Cabang Bekasi Dalam Menjaga Loyalitas Produk Vespa Pada Komunitas Vespa HI Scoot di Kota Bekasi) ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi penulis yang dimana sumbernya sudah penulis cantumkan sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya indikasi kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Februari 2021

Yang membuat pernyataan



Heryan Pungkas

201410415119

## ABSTRAK

**Heryan Pungkas, 201410415119.** Strategi Komunikasi PT. Piaggio Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif PT. Piaggio Cabang Bekasi Dalam Menjaga Loyalitas Produk Vespa Pada Komunitas Hi Scoot di Kota Bekasi).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan PT. Piaggio Indonesia cabang Bekasi dalam menjaga loyalitas pada komunitas Hi Scoot di kota Bekasi. Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan konsep-konsep strategi komunikasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Piaggio Indonesia cabang Bekasi dalam menjaga loyalitas produk Vespa pada komunitas HI Scoot di Kota Bekasi memiliki beberapa tahapan dimulai dari Perumusan Strategi yang didasari oleh peluang kekuatan, dan juga kelemahan dari perusahaan, kemudian dilakukan penerapan dari strategi yang sudah dirumuskan tersebut dengan membuat program-program yang mana diharapkan oleh perusahaan bisa menjadi penunjang dalam menjaga loyalitas komunitas, adapun program-program yang dilakukan yaitu 3 S, Event, Showroom MotoPlex dan juga Gathering. Setelah melakukan penerapan dari perumusan strategi tersebut kemudian perusahaan melakukan tahap evaluasi dimana perusahaan pada tahap ini mencoba memberi tolak ukur tentang keberhasilan ataupun kekurangan dari program-program yang dijalankan dalam usaha menjaga loyalitas komunitas.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Vespa, Loyalitas Pelanggan.



## **ABSTRACT**

**Heryan Pungkas, 201410415119.** *Communication Strategy of PT. Piaggio Indonesia (Qualitative Descriptive Study of PT. Piaggio Bekasi Branch in Maintaining Vespa Product Loyalty to the Hi Scoot Community in Bekasi City.*

*This study aims to determine how the communication strategy carried out by the Bekasi branch of PT Piaggio Indonesia in maintaining loyalty to the Hi Scoot community in the city of Bekasi. The method that I use in this research is a qualitative research method using communication strategy concepts)*

*The results of this study indicate that the communication strategy carried out by PT. Piaggio Indonesia Bekasi branch in maintaining Vespa product loyalty to the HI Scoot community in Bekasi City has several stages starting from Strategy Formulation based on the strengths and weaknesses of the company, then implementing the formulated strategy by creating programs that which is expected by the company to be a support in maintaining community loyalty, as for the programs carried out, namely 3 S, Events, MotoPlex Showroom and also Gathering. After implementing the strategy formulation, the company then conducts an evaluation stage where the company at this stage tries to provide a benchmark for the success or weakness of the programs implemented in an effort to maintain community loyalty.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Vespa, Customer Loyalty.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat program Strata-1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis sadar bahwa dalam menyelesaikan laporan ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan banyak pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih terutama kepada orangtua penulis Bapak dan Ibu yang selalu memberikan bantuan baik moril ataupun materi.

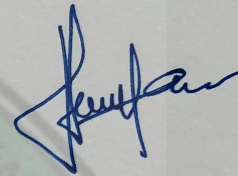
1. Bapak Irjen. Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
2. Bapak Dr. Aan Widodo. S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi;
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi;
4. Bapak Drs. Hasyim Purnama, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang selalu membimbing penulis selama menyelesaikan skripsi ini,
5. Bapak Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H selaku dosen pembimbing II yang selalu membimbing penulis selama menyelesaikan skripsi ini
6. Ibu Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M, selaku dosen Pembimbing Akademik
7. Teman-teman Fikom C 2014 yang sampai saat ini masih berjuang bersama penulis
8. Teman-teman MPO yang telah setia menemani penulis disaat penulis mengalami kesulitan dan membutuhkan pertolongan
9. Dan pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan. Penulis ucapkan terimakasih atas segala doa dan dukungannya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.



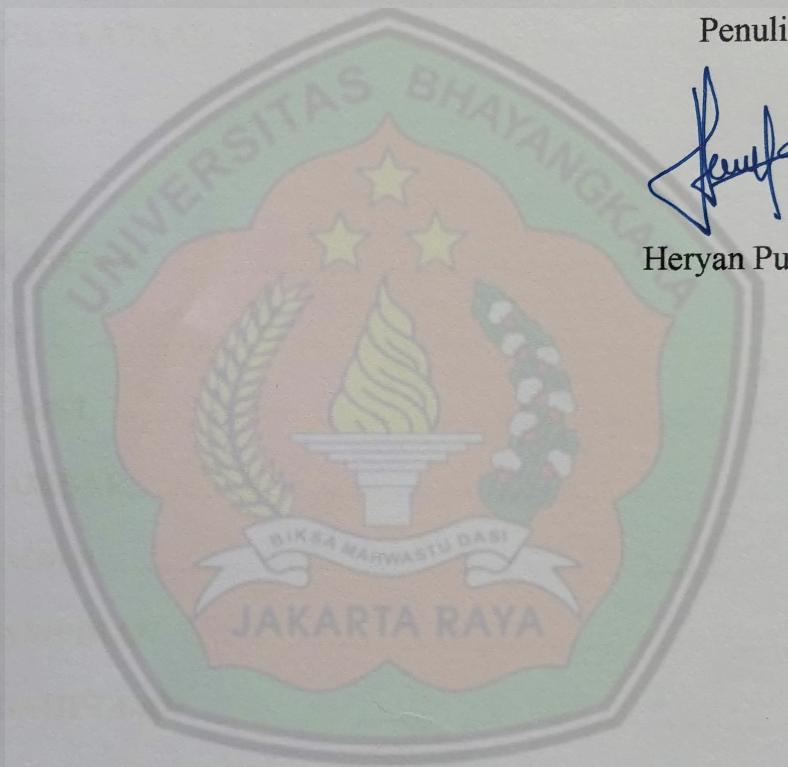
Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya. Apabila terdapat banyak kekurangan di dalamnya, penulis sangat membutuhkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan mampu memberikan pengetahuan yang lebih khususnya bagi penulis.

Jakarta, 02 Februari 2021

Penulis



Heryan Pungkas





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah. ....	1
1.2 Fokus Penelitian. ....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Penelitian terdahulu .....	8
2.2 Komunikasi .....	11
2.3 Strategi .....	12
2.3.1 Strategi Komunikasi .....	13

2.3.2	Elemen Fundamental Strategi Komunikasi .....	15
2.3.3	Tujuan Strategi Komunikasi .....	17
2.4	Konsep Public Relations .....	17
2.4.1	Tujuan Public Relations .....	18
2.4.2	Fungsi Public Relations .....	19
2.4.3	Klasifikasi Hubungan Dengan Publik .....	20
2.4.3.1	Public Internal .....	20
2.4.3.2	Public Eksternal .....	21
2.4.4	Public Relations Internal .....	22
2.5	Konsep Community Relations .....	23
2.5.1	Komunitas .....	24
2.6	Loyalitas pelanggan .....	25
2.6.1	Fungsi Brand Loyalty .....	26
2.7	Kerangka Teori .....	27
2.7.1	Relationship Management Theory .....	28
2.8	Kerangka Pemikiran .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>31</b>
3.1	Paradigma Penelitian . .....	31
3.2	Pendekatan Penelitian . .....	32
3.3	Metode Penelitian .....	33
3.4	Tekni Penentuan Informan .....	33
3.4.1	Purposive Sampling .....	34
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	34



3.6	Teknik Analisis Data .....	36
3.7	Teknik Keabsahan Data .....	37
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	37
3.8.1	Lokasi Penelitian .....	37
3.8.2	Waktu Penelitian .....	37

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Objek dan Subjek Penelitian .....	38
4.1.1	Gambaran Umum .....	38
4.1.2	Profil Perusahaan.....	39
4.1.3	Profil Komunitas .....	41
4.1.4	Informan Penelitian.....	42
4.2	Hasil Penelitian .....	45
4.2.1	Strategi Komunikasi PT. Piaggio.....	45
4.2.2	Perumusan Strategi .....	46
4.2.3	Implementasi Strategi .....	44
4.2.3.1	Layanan 3S.....	47
4.2.3.2	Event .....	50
4.2.3.3	Showroom Moto Plex .....	52
4.2.3.4	Gathering .....	53
4.2.4	Evaluasi Strategi .....	55
4.2.5	Penerapan Layanan Saat Covid.....	56
4.3	Pembahasan.....	58
4.3.1	Konsep Strategi Komunikasi Fred R. David.....	58
4.2.7	Loyalitas Komunitas .....	61

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan ..... 64

5.2 Saran ..... 65

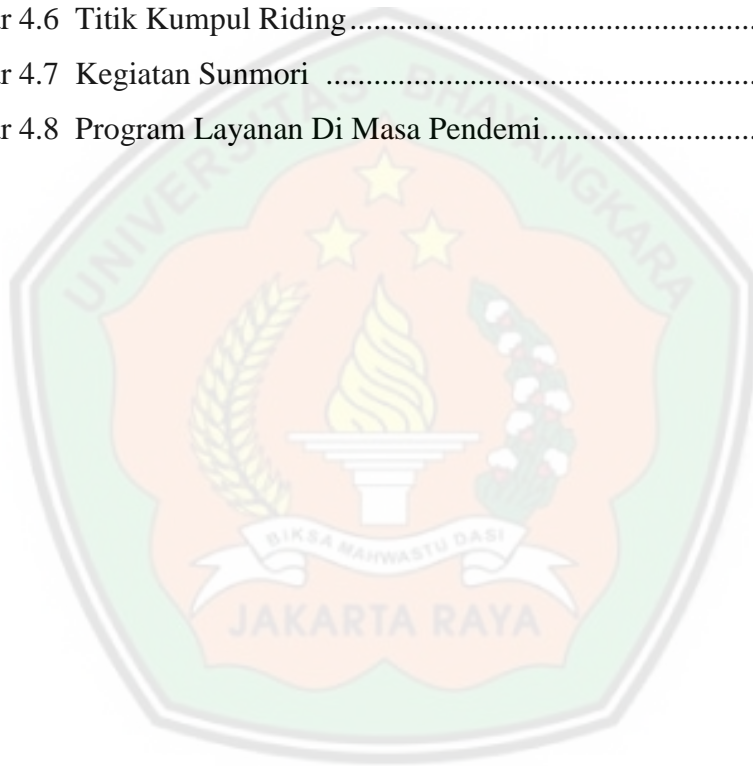
**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**





## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Logo Vespa Cabang Bekasi .....	37
Gambar 4.2 Logo Komunitas HI Scoot .....	38
Gambar 4.3 Layanan 3 S.....	43
Gambar 4.4 HI Scoot Mempromosikan produk.....	46
Gambar 4.5 Desain Showroom motoplex .....	47
Gambar 4.6 Titik Kumpul Riding.....	48
Gambar 4.7 Kegiatan Sunmori .....	48
Gambar 4.8 Program Layanan Di Masa Pandemi.....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b>	: Daftar Riwayat Hidup
<b>Lampiran 2</b>	: Transkrip Wawancara Informan 1
<b>Lampiran 3</b>	: Transkrip Wawancara Informan 2
<b>Lampiran 4</b>	: Transkrip Wawancara Informan 3
<b>Lampiran 5</b>	: Reduksi Data Informan 1
<b>Lampiran 6</b>	: Reduksi Data Informan 2
<b>Lampiran 7</b>	: Reduksi Data Informan 3
<b>Lampiran 8</b>	: Dokumentasi Penelitian
<b>Lampiran 9</b>	: Kartu Bimbingan
<b>Lampiran 10</b>	: Kartu Perbaikan





## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahhulu .....	8
---------------------------------------	---



## DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 ..... 27

