

PORSCHE

SPRINT CHALLENGE INDONESIA

Judul Tugas Akhir Skripsi:

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT PORSCHE
SPRINT CHALLENGE INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Taraka Rais Maulana Indriyo

NIM: 1910411150



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTASI ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL VETERAN JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Taraka Rais Maulana Indriyo
NIM : 1910411150
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 24 Desember 2024

Yang menyatakan,



Taraka Rais Maulana Indriyo

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Taraka Rais Maulana Indriyo
NIM : 1910411150
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Event Porsche Sprint Challenge Indonesia Melalui Media Sosial Instagram

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing
Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos., M.Si.



()

Penguji 1
Rizky Ayu Maulida, S.IP., MA



()

Penguji 2
Vina Mahdalena, M.Si.



()

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, S.S., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 7 Januari 2025

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Taraka Rais Maulana Indriyo
NIM : 1910411150
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT PORSCHE SPRINT CHALLENGE INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 24 Desember 2024

Yang menyatakan,


Taraka Rais Maulana Indriyo

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT PORSCHE SPRINT CHALLENGE INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Taraka Rais Maulana Indriyo

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

taraka@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Porsche Sprint Challenge Indonesia merupakan sebuah ajang olahraga balap mobil terbaru di Indonesia yang diselenggarakan oleh Superstars Motorsport. Sebagai ajang baru pada umumnya, maka penting bagi penyelenggara untuk melakukan pemasaran agar ajang tersebut memiliki *awareness* yang meningkat dan jumlah peserta yang memumpuni. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Porsche Sprint Challenge Indonesia melakukan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram dengan membuat akun Instagram dengan nama @porschესrintchallenge.id dan merancang strategi tertentu untuk meningkatkan *awareness* serta mempromosikan ajang tersebut ke *audience* yang luas. Strategi komunikasi pemasaran Porsche Sprint Challenge Indonesia melalui *social media marketing* di Instagram dengan menggunakan beberapa konsep *Integrated Marketing Communications* (IMC), yaitu konsep yang mengintegrasikan beberapa saluran komunikasi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data primer melalui *in-depth interview* dengan informan serta data sekunder melalui observasi dan dokumentasi yang dilakukan peneliti. Analisis data dilakukan peneliti melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Porsche Sprint Challenge Indonesia melakukan strategi *social media marketing* di Instagram dalam bentuk mengunggah konten audiovisual yang berkualitas tinggi, informatif, edukatif dalam mempromosikan ajang tersebut dengan memanfaatkan beberapa konsep IMC yaitu *advertising* dan *sponsorship* yang telah menimbulkan dampak positif seperti penambahan peserta dan sponsor baru, namun ditemukan kekurangan bahwa rancangan strategi komunikasi pemasaran belum meliputi strategi atau program pemasaran di luar musim balap, sehingga menyebabkan penurunan aktivitas pemasaran media sosial secara drastis setelah event balap selesai.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Pemasaran Media Sosial, Instagram, Porsche Sprint Challenge Indonesia.

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT PORSCHE SPRINT CHALLENGE INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Taraka Rais Maulana Indriyo

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

taraka@upnvj.ac.id

ABSTRACT

Porsche Sprint Challenge Indonesia is a brand new motorsport event in Indonesia organized by Superstars Motorsport. As a brand new event, it's imperative for the organizers to form a marketing effort to raise awareness about the upcoming event and to have a stable amount of participants. In order to solve the problem, Porsche Sprint Challenge Indonesia formed a marketing communications strategy through social media marketing, using Instagram with the username @porschessprintchallenge.id to raise awareness and promote the event to a larger audience. The marketing communications strategy implements the Integrated Marketing Communication (IMC), a concept that integrates several marketing communication channels to amplify a message. This qualitative research gathers data through in-depth interviews, documentations, and observations carried by the researcher. Data analysis is also performed by the researcher through data reduction, data display, and conclusion drawing. This research shows that Porsche Sprint Challenge Indonesia utilizes social media marketing through Instagram by uploading high quality, informative audiovisual content that promotes the event, while also making use of several IMC concepts such as advertising and sponsorship to achieve the goal of communicating their key message to the widest audience possible. The usage of social media marketing has yielded positive outcomes for Porsche Sprint Challenge Indonesia such as being able to gather new participants and new sponsors, although it is discovered that Porsche Sprint Challenge Indonesia's social media marketing communication strategy programs or plans haven't been made for off-season periods, resulting in the drastic decline of their social media marketing activities once the events have concluded.

Keywords: *Integrated Marketing Communication, Social Media Marketing, Instagram, Porsche Sprint Challenge Indonesia.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan setinggi-tingginya kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat izin, rahmat dan kehadiran-Nya, segala proses perkuliahan dari awal pembelajaran hingga penyusunan penelitian yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT PORSCHE SPRINT CHALLENGE INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”** dapat diselesaikan sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan. Penelitian ini didedikasikan kepada kedua orang tua peneliti, bapak Daru Indriyo dan ibu Lintang Kirana Sari yang telah selalu mendoakan dan mendukung peneliti tanpa henti.

Penyusunan penelitian skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat akhir memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini tidak terlepas dari doa, bantuan, dan dukungan berbagai pihak yang membantu peneliti baik selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Antar Venus, MA Comm selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
2. Bapak Dr. Azwar, S.S.,M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
3. Ibu Maria Febiana Christanti, S.Sos. selaku Dosen Pembimbing Akademik Lokal D Ilmu Komunikasi angkatan tahun 2019 yang telah memberikan bimbingan serta dukungan terhadap proses perkuliahan peneliti dari masa orientasi hingga sidang akhir,
4. Bapak Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta bantuan yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi ini,

5. Ibu Rizkiya Ayu Maulida, S.IP, MA. selaku Dosen Penguji 1 dan ibu Vina Mahdalena, M.Si. selaku Dosen Penguji 2 yang telah meluangkan waktu, memberikan kritik, saran, dan dukungan dalam proses penyusunan dan sidang skripsi,
6. Seluruh jajaran Dosen, Staf Ahli, Tata Usaha, dan Akademik Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
7. Seluruh jajaran PT. Star Indonesia Motorsport atau Superstars Motorsport, yang terdiri dari bapak Bagoes Hermanto, bapak Indra Hendradi, bapak Dennis Kadaruskan, dan bapak Satrio Hermanto yang telah bersedia menjadi informan untuk peneliti agar dapat menyusun penelitian skripsi tentang Porsche Sprint Challenge Indonesia,
8. Rekan-rekan peneliti dari lingkup hobi dan profesi bidang otomotif, yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang telah mendukung peneliti baik secara moral atau finansial selama proses perkuliahan serta penyusunan penelitian skripsi untuk segera mendapatkan gelar sarjana.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan penelitian ini tidak sempurna seluruhnya dan masih memiliki kekurangan, maka dari itu peneliti berterima kasih terhadap kritik dan saran yang membangun terhadap penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat secara akademis sebagai referensi terkait dengan bidang strategi komunikasi pemasaran, *social media marketing*, atau lingkup olahraga balap mobil.

Jakarta, 24 Desember 2024

Taraka Rais Maulana Indriyo

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL DAN BAGAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2.1. Tujuan Penelitian	10
1.2.2. Tujuan Praktis	10
1.2.3. Tujuan Teoritis	10
1.3. Manfaat Penelitian	10
1.3.1. Manfaat Akademis	11
1.3.2. Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
1.1.1. State of the Art	12
2.2 Konsep Penelitian	18
2.2.1. Komunikasi Pemasaran	18
2.2.2. Komunikasi Pemasaran Terpadu	20
2.2.3. Media Sosial Instagram Sebagai Saluran Pemasaran	23
2.3 Kerangka Berpikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Objek Penelitian	26
3.2. Subjek Penelitian	26
3.3. Jenis Penelitian	26

3.4.	Paradigma Penelitian.....	27
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5.1.	Observasi.....	27
3.5.2.	Wawancara.....	28
3.5.3.	Dokumentasi.....	28
3.6.	Sumber Data.....	28
3.6.1.	Data Primer.....	28
3.6.2.	Data Sekunder.....	29
3.7.	Teknik Analisis Data.....	29
3.7.1.	Reduksi Data.....	29
3.7.2.	Penyajian Data.....	30
3.7.3.	Penarikan Kesimpulan.....	30
3.8.	Validasi dan Keabsahan Data.....	30
3.9.	Tabel Rencana Penelitian.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1.	Profil Subjek Penelitian.....	32
4.1.1.	Profil Porsche Sprint Challenge Indonesia.....	32
4.1.2.	Aktivitas Porsche Sprint Challenge Indonesia.....	35
4.1.3.	Alamat Perusahaan.....	35
4.1.4.	Akun Instagram Porsche Sprint Challenge Indonesia.....	36
4.1.5.	Target Pasar.....	37
4.1.6.	Struktur Organisasi.....	37
4.1.7.	Profil Informan.....	38
4.2.	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1.	Target Pasar.....	40
4.2.2.	Alasan Penggunaan Instagram Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran.....	42
4.2.3.	Penggunaan Fitur Instagram.....	46
4.2.4.	Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran di Instagram.....	49
4.2.5.	Integrated Marketing Communications (IMC) Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran.....	52
4.2.7.	Program <i>Motorsport Reels Competition</i>	58
4.2.8.	Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	62
4.2.9.	Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran.....	64

4.2.10. Kelebihan, Kekurangan, dan Tantangan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	66
4.2.11. Dampak Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram.....	69
4.3. Pembahasan Penelitian.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1. Kesimpulan.....	79
5.2. Saran.....	80
5.2.1. Saran Praktis.....	80
5.2.2. Saran Teoritis.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	85
RIWAYAT HIDUP.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Jumlah Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia per Januari 2024.....	6
Gambar 1.2. Akun Instagram Porsche Sprint Challenge Indonesia.....	7
Gambar 4.1. Kantor PT. Star Indonesia Motorsport.....	38
Gambar 4.2. Halaman Instagram Porsche Sprint Challenge Indonesia.....	39
Gambar 4.3. Contoh Unggahan Akun Instagram @porschemotorsportasiapacific.....	49
Gambar 4.4. Halaman <i>Insights</i> Instagram Porsche Sprint Challenge Indonesia...	53
Gambar 4.5. Contoh Unggahan <i>Collaboration Post</i>	55
Gambar 4.6. Contoh Unggahan <i>Product Placement</i> Mitra.....	56
Gambar 4.7. Contoh Unggahan Informasi Event.....	58
Gambar 4.8. Contoh Unggahan <i>Public Relations</i>	60
Gambar 4.9. Unggahan Program <i>Mechanic Challenge</i>	62
Gambar 4.10. Unggahan Pengumuman Pemenang <i>Mechanic Challenge</i>	64
Gambar 4.11. Unggahan Program <i>Motorsport Reels Competition</i>	68
Gambar 4.12. Unggahan Pemenang Kelas GT4.....	79
Gambar 4.13. Unggahan Pengumuman Pembalap Baru.....	80

DAFTAR TABEL DAN BAGAN

Tabel 2.1. State of the art.....	15
Bagan 2.1. Kerangka Berpikir.....	28
Tabel 3.1. Daftar Informan.....	29
Tabel 3.2. Tabel Rencana Penelitian.....	34
Tabel 4.1. Klasemen Peserta Porsche Sprint Challenge Indonesia Musim 2024...36	
Bagan 4.1. Struktur Perusahaan.....	41