

**PENGARUH TINGKAT KETERTARIKAN PADA  
BRAND PLACEMENT dan TINGKAT PENGETAHUAN  
TERHADAP CITRA MEREK**  
(Studi Eksplanatif tentang Pengaruh Tingkat Ketertarikan *Brand Placement* Slogan Yamaha “Semakin di Depan” dan Tingkat Pengetahuan tentang Tim Yamaha Factory Racing pada MotoGP 2013 di Kalangan Anggota Klub Motor Yamaha Vixion Club Indonesia *Chapter* Yogyakarta)



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

oleh:  
**RIO CAHYA KUSUMA**  
06 09 02941 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2014**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH TINGKAT KETERTARIKAN PADA *BRAND PLACEMENT*  
dan TINGKAT PENGETAHUAN TERHADAP CITRA MEREK  
(Studi Eksplanatif tentang Pengaruh Tingkat Ketertarikan *Brand Placement*  
Slogan Yamaha “Semakin di Depan” dan Tingkat Pengetahuan tentang Tim  
Yamaha Factory Racing pada MotoGP 2013 di Kalangan Anggota Klub  
Motor Yamaha Vixion Club Indonesia Chapter Yogyakarta)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh:

**RIO CAHYA KUSUMA**  
06 09 02941 / Kom

dijetujui oleh:

  
F. Anita/Herawati, M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2014

ii

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada *Brand Placement* dan Tingkat Pengetahuan terhadap Citra Merek (Studi Eksplanatif tentang Pengaruh Tingkat Ketertarikan *Brand Placement* Slogan Yamaha “Semakin di Depan” dan Tingkat Pengetahuan tentang Tim Yamaha Factory Racing pada MotoGP 2013 di Kalangan Anggota Klub Motor Yamaha Vixion Club Indonesia Chapter Yogyakarta)

Penyusun : Rio Cahya Kusuma

NIM : 06 09 02941

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Senin / 11 Agustus 2014

Pukul : 09:00

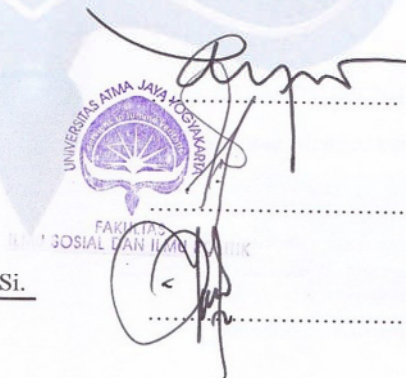
Tempat : Ruang Pendadaran 2 FISIP UAJY

### TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.  
Penguji Utama

F. Anita Herawati, SIP, M.Si.  
Penguji I

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos, M.Si.  
Penguji II



## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rio Cahya Kusuma  
Nomor Mahasiswa : 06 09 02941  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Karya Tulis : Pengaruh Tingkat Ketertarikan pada *Brand Placement* dan Tingkat Pengetahuan terhadap Citra Merek (Studi Eksplanatif tentang Pengaruh Tingkat Ketertarikan *Brand Placement* Slogan Yamaha “Semakin di Depan” dan Tingkat Pengetahuan tentang Tim Yamaha Factory Racing pada MotoGP 2013 di Kalangan Anggota Klub Motor Yamaha Vixion Club Indonesia Chapter Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 21 Juli 2014

Saya yang Menyatakan,



Rio Cahya Kusuma

## ABSTRAKSI

Kejuaraan balap motor MotoGP salah satu olahraga populer di masyarakat Indonesia. MotoGP dapat disaksikan masyarakat Indonesia melalui siaran televisi nasional. Melalui kejuaraan MotoGP 2013 Yamaha melakukan *brand placement* atau menempatkan mereknya dengan menampilkan slogan Yamaha “Semakin di Depan” pada atribut tim Yamaha Factory Racing. Melalui penelitian ini, peneliti ingin melihat adakah pengaruh tingkat ketertarikan *brand placement* slogan Yamaha “Semakin di Depan” dan tingkat pengetahuan Tim Yamaha Factory Racing pada MotoGP 2013 terhadap citra merek Yamaha. Kemudian pengaruh manakah yang lebih dominan mempengaruhi citra merek Yamaha.

Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan tipe studi eksplanatif. Peneliti menggunakan metode survey dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* mengambil 55 orang sampel dari populasi anggota klub motor Yamaha Vixion Indonesia Chapter Yogyakarta kemudian memanfaatkan jawaban dari kuesioner ini sebagai alat utama pengumpulan data primer. Kemudian data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik pengujian instrument dengan hasil valid dan reliabel, distribusi frekuensi, dan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan, tingkat ketertarikan pada *brand placement* slogan Yamaha “Semakin di Depan” mempengaruhi citra merek Yamaha. Selain itu, tingkat pengetahuan tentang tim Yamaha Factory Racing mempengaruhi citra merek Yamaha. Sehingga secara bersamaan terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat ketertarikan dan tingkat pengetahuan terhadap citra merek. Namun ketika terpisah, tingkat ketertarikan lebih besar dibanding tingkat pengetahuan dalam mempengaruhi citra merek.

**Kata Kunci : Ketertarikan, Brand Placement, Slogan, Pengetahuan, Citra**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan atas segala kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Atas terselesaikannya tugas penulisan akhir ini, penulis tidak lupa untuk mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan jalan dan harapan atas kesulitan dalam proses ini.
2. Orang tua yang selalu mendukung.
3. Ibu F. Anita Herawati, M.si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, waktu, dan kesabarannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Pak Agus Putranto dan Ibu Dyah Ayu sebagai penguji penelitian ini.
5. Maria Kirana yang selalu mendukung dan mengingatkan agar penulisan skripsi ini cepat terselesaikan.
6. Keluarga Kamboja 21, Andika Yosi, Charli, Gondez, Deponk, Titan, Kris, yang selalu mendukung dan membantu proses penyelesaian penulisan skripsi ini.
7. Mas Titan atas bantuannya yang telah memberikan data dari PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing.

8. Mas Pay dan anggota YVCI *Chapter* jogja yang telah memberikan bantuan yang sangat besar dalam proses penelitian ini.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan kalian, saya tidak akan melupakannya.

Penulis menyadari bahwa hasil laporan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kesediaan pembaca untuk memberikan kritik dan saran demi hasil yang lebih baik.

Akhirnya penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pihak Fakultas, dan pihak lain yang berkepentingan.

Yogyakarta, Juli 2014

Penulis

Rio Cahya Kusuma

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Konsep.....	6
1. Tingkat Ketertarikan .....	7
2. Tingkat Pengetahuan .....	8
3. Citra Merek .....	9
F. Hipotesa .....	9
G. Definisi Operasional .....	9



H. Metodologi Penelitian .....	14
1. Jenis Penelitian .....	14
2. Tipe Penelitian .....	14
3. Objek Penelitian .....	15
4. Populasi dan Sampel .....	15
5. Metode Pengumpulan Data .....	18
6. Metode Pengujian Instrumen .....	19
7. Metode Analisis Data .....	21
<b>BAB II HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	23
1. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing .....	23
2. MotoGP 2013 .....	27
3. Slogan Yamaha “Semakin di Depan” .....	28
4. Yamaha Vixion Club Indonesia Chapter Yogyakarta .....	31
B. Deskripsi Uji Validitas dan Reliabilitas .....	32
1. Uji Validitas .....	32
2. Uji Reliabilitas.....	36
C. Deskripsi Variabel .....	37
D. Analisis Regresi .....	50
E. Pembahasan .....	55
<b>BAB III PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	61
LAMPIRAN .....	63

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Pola Hubungan Antar Variabel .....	7
GAMBAR 2.1 YIMM <i>Corporate Foundation</i> .....	24
GAMBAR 2.2 Slogan “Semakin di Depan” .....	29
GAMBAR 2.3 Slogan di Bagian Fairing Depan dan Bawah .....	30
GAMBAR 2.4 Slogan di Baju Balap Bagian Punggung .....	30
GAMBAR 2.5 Slogan di Baju Balap Bagian Dada .....	31
GAMBAR 2.6 Hasil Uji Regresi Antar Variabel .....	55

## DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Operasional Penelitian .....	13
TABEL 2.1 Produk Yamaha.....	27
TABEL 2.2 <i>MotoGP World Standing</i> .....	28
TABEL 2.3 Uji Validitas Tingkat Ketertarikan pada <i>Brand Placement</i> <i>slogan</i> Yamaha “Semakin di Depan” .....	33
TABEL 2.4 Uji Validitas Tingkat Pengetahuan tentang Tim Yamaha Factory Racing pada MotoGP 2013 .....	34
TABEL 2.5 Uji Validitas Citra Merek Yamaha .....	35
TABEL 2.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	36
TABEL 2.7 Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Ketertarikan pada <i>Brand Placement</i> Slogan Yamaha “Semakin di Depan” .....	38
TABEL 2.8 Kategori Variabel Tingkat Ketertarikan pada <i>Brand</i> <i>Placement</i> Slogan Yamaha “Semakin di Depan” .....	40
TABEL 2.9 Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Ketertarikan tentang Tim Yamha pada MotoGP 2013 .....	41
TABEL 2.10 Kategori Variabel Tingkat Pengetahuan tentang Tim Yamaha Factory Racing pada MotoGP 2013.....	43
TABEL 2.11 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek Yamaha ( <i>Personality</i> ).....	44
TABEL 2.12 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek Yamaha ( <i>Reputation</i> ) .....	45
TABEL 2.13 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek Yamaha ( <i>Value</i> ) .....	47
TABEL 2.14 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek Yamaha ( <i>Corporate Identity</i> ) .....	48
TABEL 2.15 Kategori Citra Merek Yamaha .....	50
TABEL 2.16 Tabel <i>Model Summary</i> Regresi Linear antara Variabel Tingkat Ketertarikan dan Tingkat Pengetahuan dengan Variabel Citra Merek .....	51
TABEL 2.17 Tabel ANOVA Regresi Linear Antara Variabel Tingkat Ketertarikan dan Tingkat Pengetahuan dengan Variabel Citra Merek .....	52
TABEL 2.18 Tabel <i>Coefficients</i> Regresi Linear Antara Variabel Tingkat Ketertarikan dan Tingkat Pengetahuan dengan Variabel Citra Merek .....	52

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabel Uji Validitas

Lampiran 3 Tabel Uji Reliabilitas

Lampiran 4 Tabel Distribusi Frekuensi

Lampiran 5 Tabel Uji Regresi

