

Manajemen Kesan Honda Surabaya Center dalam Membangun Reputasi Melalui Spesial Event “Honda Beauty Search”

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

dan Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh

FEBRINA ANASTASHIA SARTIO

NBI 1152100020

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945

SURABAYA

2025

**Manajemen Kesan Honda Surabaya Center dalam Membangun
Reputasi Melalui Spesial Event “Honda Beauty Search”**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh

FEBRINA ANASTASHIA SARTIO

NBI 1152100020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945**

SURABAYA

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Febrina Anastashia Sartio

NIM : 1152100020

Judul : Manajemen Kesan Honda Surabaya Center dalam
Membangun Reputasi Melalui Spesial Event “Honda
Beauty Search

Surabaya, 14 Januari 2025

Mengetahui
Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing,



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP.
NPP. 20120.87.0103



Mohammad Insan Romadhan,
S.I.Kom., M.Med.Kom.
NPP. 20150.17.0741

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal: 14 Januari 2025

Dewan Penguji:

1. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,
M.Med.Kom
Ketua
2. Maulana Arief, S.Sos., M.I.Kom.
Anggota
3. Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA.
Anggota

(.....)

(.....)

(.....)

Mengesahkan
Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, MP

NPP. 20120.87.0103

**PERNYATAAN PERSETUJUAN ORSINILITAS /
KEASLIAN KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febrina Anastashia Sartio
NIM : 1152100020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Ilmiah : Manajemen Kesan Honda Surabaya *Center*
dalam Membangun Reputasi Melalui Spesial
Event "Honda Beauty Search"

Menyatakan bahwa:

1. Karya ilmiah yang saya buat adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/ atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain, saya akan mencantumkan dalam daftar pustaka
3. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah saya terbukti plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya, maka saya bersedia menerima sanksi terberat yaitu pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dalam keadaan sadar.

Surabaya, 14 Januari 2025

Yang bertanda tangan,



Febrina Anastashia Sartio



Universitas 17 Agustus
1945 Surabaya

Badan Perpustakaan
Jl. Semolowaru no. 45 Surabaya
Tlp. 031-593-1800 (ext.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

**PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febrina Anastashia Sartio
NIM : 1152100020
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Sebagai perkembangan Ilmu Pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), atas karya saya yang berjudul:

“Manajemen Kesan Honda Surabaya Center dalam Membangun Reputasi Melalui Spesial Event “Honda Beauty Search”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right) Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, serta megolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal : 14 Januari 2024

Yang Menyatakan,



(Febrina Anastashia Sartio)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, karya ini saya persembahkan kepada:

Kedua Orang Tua Tercinta Terima kasih atas perhatian, dukungan dan doa yang tiada henti. Kalian adalah sumber inspirasi dan kekuatan saya dalam menyelesaikan karya ini.

Dosen Yang telah membimbing dan memberikan ilmu serta motivasi, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Terima Kasih atas segala arahan dan kesabaran yang diberikan.

Teman-Teman Seperjuangan Yang selalu memberikan semangat dan dorongan, serta menemani dalam suka dan duka selama proses penyusunan karya ini. Kebersamaan dan Kerjasama kita adalah bagian penting dari perjalanan ini.

Almamater Tercinta Terima Kasih atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan sehingga saya dapat menuntut ilmu dan menyelesaikan karya ini dengan maksimal.

Diri Sendiri Sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras, ketekunan, dan kesabaran yang telah dilakukan untuk menyelesaikan karya ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk mencapai cita-cita yang lebih tinggi.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama : Febrina Anastashia Sartio

Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 27 February 2002

Alamat : Jl. Dinoyo Tengah no 62, Surabaya

Kebangsaan : Indonesia

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Buddha

No. Telp/ Email : 08988087450 / anastashiafebrinaa@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Jenjang	Sekola/Instansi/Universitas	Jurusan	Periode
SD	SDN KANDANGAN KOTA 4	-	2009-2015
SMP	SMPN 1 KANDANGAN	-	2015-2018
SMA	SMA DAPENA SURABAYA	IPS	2018-2021
Strata 1	Universitas 17 Agustus 1945	Ilmu Komunikasi	2021-2025

RINGKASAN

Febrina Anastashia Sartio, 2024, **Manajemen Kesan Honda Surabaya Center dalam Membangun Reputasi Melalui Spesial Event “Honda Beauty Search”**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang manajemen kesan Honda Surabaya Center dalam Membangun Reputasi Melalui Spesial Event “Honda Beauty Search”, yang berdasarkan 5 kriteria Manajemen Kesan menurut teori Erving Goffman (Kriyantono, 2014). Lima kriteria ini terdiri dari *Ingratiation*, *Self Promotion*, *Intimidation*, *Exemplification* dan *Supplication*.

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian yaitu kualitatif, dengan menggabungkan sumber data primer dan sekunder. Data diperoleh melalui teknik pengumpulan seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang terkumpulkan akan dianalisis melalui tahap pengumpulan data, penyajian, reduksi data, dan penarikan Kesimpulan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Manajemen Kesan Honda Surabaya Center dalam Membangun Reputasi Melalui Spesial Event “Honda Beauty Search” telah berjalan dengan cukup baik. Kegiatan tersebut memberikan dampak baik dan positif yang signifikan, seperti peningkatan reputasi Honda Surabaya Center, peningkatan hubungan antar konsumen Honda Surabaya Center, dan melewati kegiatan special Event Honda Beauty Search dapat meningkatkan minat konsumen pada merek Honda. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa hambatan yang perlu diatasi guna meningkatkan reputasi serta dampak positif kegiatan tersebut. Hal ini termasuk dalam pemilihan kandidat untuk mewakili wajah menyaring background dari seluruh kandidat yang ikut serta dalam event Honda Beauty Search, sulitnya mengambil keputusan dalam menentukan pemenang dari kandidat yang terdaftar serta beberapa hambatan yang perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitas dan dampak positif kegiatan Honda Beauty Search tersebut. Dengan mengatasi hambatan-hambatan ini dan terus melakukan kegiatan special Event ini secara berkala, diharapkan dapat memberikan dampak yang jauh lebih besar dan berkelanjutan bagi reputasi Honda Surabaya Center.

Kata Kunci : Kegiatan, Honda Beauty Search, Reputasi

SUMMARY

Febrina Anastashia Sartio, 2024, ***“Impression Management of Honda Surabaya Center in Building Reputation Through the Special Event 'Honda Beauty Search'.***

This study aims to describe and analyze the impression management of Honda Surabaya Center in building its reputation through the special event "Honda Beauty Search," based on the five criteria of Impression Management according to Erving Goffman's theory (Kriyantono, 2014). These five criteria include Ingratiation, Self-Promotion, Intimidation, Exemplification, and Supplication.

This research adopts a qualitative approach, combining primary and secondary data sources. Data were collected through techniques such as observation, interviews, and documentation. The gathered data were analyzed through the stages of data collection, presentation, data reduction, and conclusion drawing.

The findings of this study indicate that the impression management of Honda Surabaya Center in building its reputation through the special event "Honda Beauty Search" has been carried out fairly well. The event has had significant positive impacts, such as enhancing the reputation of Honda Surabaya Center, improving public relations with the company, and increasing consumer interest in the Honda brand. However, there are still several challenges that need to be addressed to further enhance the reputation and the positive impact of the event. These challenges include selecting candidates to represent the company's image, screening the background of all participants in the Honda Beauty Search event, the difficulty in making decisions to determine the winner among the registered candidates, and other obstacles that need to be overcome to improve the effectiveness and impact of the Honda Beauty Search event. By addressing these obstacles and continuing to conduct this special event regularly, it is expected to create an even greater and more sustainable impact on the reputation of Honda Surabaya Center.

Keywords: Event, Honda Beauty Search, Reputation

KATA PENGATAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan kasih-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Manajemen Kesan Honda Surabaya Center dalam Membangun Reputasi Melalui Spesial Event “Honda Beauty Search”**”. Penyusunan Skripsi Tahun Ajaran 2024 ini sesuai dengan arahan yang diberikan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Adapun Lokasi penelitian Skripsi ini adalah di Honda Surabaya Center. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi, pada prodi Ilmu Komunikasi Sosial dan Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, Kerjasama dari berbagai pihak baik moril maupun materil untuk menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena ini, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini, diantaranya yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA. CPA selaku rector Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Mohammad Insan Romadhan, S,I.Kom.,M.Med.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S,I.Kom.,M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing Satu yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukkan beliau, memberikan kritik, saran, semangat dan pengarahan kepada Penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Ibu Nara Garini Ayuningrum, S.Tr.I.Kom.,M.A selaku Dosen Pembimbing Dua yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukkan beliau, memberikan kritik, saran, semangat dan pengarahan kepada Penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Kedua Orang Tua Saya, Papah Julianto dan Mama Rina. Orang yang Hebat yang selalu menjadi Donatur saya sebagai sandaran untuk memenuhi Pendidikan S1

ini. Yang tidak henti-hentinya memberikan ceramah untuk segera menyelesaikan pendidikan dan memotivasi saya. Terimakasih untuk semuanya berkat doa dan dukungan dari Mama dan Papah saya bisa berada dititik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi Mama dan Papah harus selalu bahagia.

7. Kaka Terkasih, Beatrice Augustine Sartio, yang selalu menceramahi saya dan memberikan dukungan serta terkadang membuat saya emosi untuk segera menyelesaikan pendidikan ini.
8. Kepada Irene, Aryo, Amanda dan Rahma sebagai sahabat dekat saya selama menempuh perkuliahan ini yang telah memberikan pengalaman luar biasa, kenangan bersama saat melaksanakan Pendidikan S1 ini, terima kasih untuk kalian yang selalu mendengarkan keluh kesah serta menghibur saya. Dukungan, motivasi dan tawa yang kalian berikan sangat berarti bagi saya.
9. Kepada Hubert, yang selalu membantu saya dan mendengarkan keluh kesah saya selama menempuh skripsi ini, terima kasih banyak saya ucapkan. Doa, dukungan serta motivasi selama ini sangat berarti bagi hidup saya.
10. Kepada diri sendiri, karena telah berusaha keras dan berjuang mati-matian sejauh ini. Mampu membagi waktu antara bekerja, berlibur dan mengerjakan skripsi, meskipun proses penyusunan skripsi ini sangat sulit. Menyelesaikannya dengan sebaik dan semaksimal mungkin adalah pencapaian yang patut dibanggakan.
11. Semua Pihak yang membantu dalam proses proses penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih untuk semua doa dan dukungannya.

Surabaya, 14 Januari 2025

Febrina Anastashia Sartio

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vii
RINGKASAN.....	viii
SUMMARY.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Penelitian Sejenis.....	5
2.2. Perspektif Teori.....	9
2.2.1. Teori Erving Goffman.....	9
2.2.2. Impression Management.....	10

2.3. Konseptualisasi Penelitian (Reputasi Perusahaan.....	12
& Special Event).....	
2.3.1. Reputasi.....	12
2.3.2. Special Event.....	13
2.4. Kerangka Berpikir.....	13
BAB III : METODOLOGI.....	15
3.1. Pendekatan Penelitian	15
3.1.1. Penelitian Kualitatif.....	15
3.1.2. Penelitian Fenomenologi.....	15
3.1.3. Studi Kasus.....	15
3.2. Jenis Penelitian.....	16
3.2.1. Penelitian Deskriptif.....	16
3.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	17
3.3.1. Subjek Penelitian.....	17
3.3.2. Objek Penelitian.....	17
3.3.3. Unit Observasi.....	18
3.3.4. Unit Analisis.....	18
3.4. Jenis Data (Primer dan Sekunder).....	18
3.4.1. Data Primer.....	18
3.4.2. Data Sekunder.....	19
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5.1. Wawancara Mendalam (Indepth Interviewing).....	19
3.5.2. Observasi.....	20
3.5.3. Mengkaji Dokumen (Content Analysis).....	20
3.5.4. Informan dan Key Informan.....	20

3.5.5. Keabsahan Data.....	21
3.6. Teknik Analisis Data.....	21
3.6.1. Analisis Data.....	21
BAB IV : HASIL PENELITIAN.....	23
4.1. Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian.....	23
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	25
4.2.1. Manajemen Kesan Ingratitation dalam Honda.....	25
Beauty Search.....	
4.2.2. Manajemen Kesan Self Promotion dalam Honda.....	28
Beauty Search.....	
4.2.3. Manajemen Kesan Intimidation dalam Honda.....	31
Beauty Search.....	
4.2.4. Manajemen Kesan Exemplification dalam Honda.....	35
Beauty Search.....	
4.2.5. Manajemen Kesan Supplication dalam Honda.....	38
Beauty Search.....	
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1. Kesimpulan.....	41
5.2. Rekomendasi.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Jumlah Fasilitas Pabrik (di luar Jepang) Tahun 2020-2024.....	1
---	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara.....	46
Lampiran 2 : Hasil Wawancara.....	50