

ABSTRACT

Gustio Wahyu Wirata. 120531100059. The Role of Brand Community in Communication City Branding of Kediri, Faculty of Social Sciences and Humanities. University Trunojoyo Madura.

This study aimed to describe the role of brand in the community communications city branding Kediri comprising; (1) Information (2) Communication (3) Entertainment (4) Productivity (5) feedback (6) SWOT analysis Brand Community.

The approach used is qualitative descriptive. The subject of research is the Brand Community. Informants were selected using purposive method sampling of data collection techniques using interviews, observation and document scrutiny. Test the validity of the data is done by triangulation of data sources.

Data were analyzed with the stages of data collection, data reduction, data presentation, and conclusion. The results showed that: the brand community has an important role as an information group in the society appeal Kediri city harmony: Kediri the service city. As well as a SWOT analysis of brand community Kediri.

Keywords: *role, group information, communication, brand community,*

ABSTRAK

Gustio Wahyu Wirata. 120531100059. Peran Brand Community Dalam Komunikasi City Branding Kota Kediri, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas Trunojoyo Madura.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran brand community dalam komunikasi city branding kota kediri yang terdiri atas; (1) Informasi (2) Komunikasi (3) Entertainment (4) Produktivitas (5) feedback (6) analisis SWOT Brand Community.

Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah Brand Community. Informan dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan pencermatan dokumen. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber data. Data dianalisis dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: brand community memiliki peran penting sebagai kelompok informasi masyarakat dalam city banding kota kediri harmoni kediri:the service city. Serta analisis SWOT brand community kota kediri.

Kata kunci: *peran, kelompok informasi, komunikasi, brand community,*

DAFTAR ISI

Halaman sampul	i
Halaman judul	ii
Pernyataan keaslian karya ilmiah	iii
Halaman pengesahan	iv
Halaman persetujuan skripsi	v
Kata pengantar	vi
Ucapan terima kasih	viii
Halaman persembahan	x
Pernyataan persetujuan publikasi	xi
Motto	xii
Abstrak	xiii
Daftar isi	xv
Daftar lampiran	xvii
Daftar tabel	xviii
Daftar gambar	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	4
1.3 Tujuan penelitian	4
1.4 Manfaat penelitian	4
1.4.1 Manfaat teoritis	4
1.4.2 Manfaat praktis	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan teori	5
2.1.1 Peran	5
2.1.2 Brand	7
2.1.3 Community	9
2.1.4 Brand Community	13
2.1.5 Analisis SWOT	18
2.2 Penelitian terdahulu	21
2.3 Kerangka pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis penelitian	26
3.2 Tempat dan waktu penelitian	26
3.3 Sumber data	26
3.3.1 Data Primer	27
3.3.2 Data Sekunder	27
3.4 Objek dan Subjek penelitian	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.1 Wawancara	28

3.5.2 Observasi.....	29
3.5.3 Studi Dokumen	29
3.6 Analisis Data	29
3.7 Metode Pemeriksaan Keabsahan Data	30
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	32
4.1 Profil Brand Community	32
4.2 Harmoni Kediri : <i>The Service City</i>	34
BAB V PEMBAHASAN	37
5.1 Peran <i>Brand Community</i> Dalam Komunikasi <i>City Branding</i> Kota Kediri	37
5.2 Analisis SWOT <i>brand community</i>	53
BAB VI PENUTUP	54
6.1 Kesimpulan	55
6.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Interview Guide

Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

Lampiran 3 : Profil Informan

Lampiran 4 : Pedoman Observasi

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Tabel manfaat produk dan pilihan konsumen

Tabel 2.2 : Tabel Matriks SWOT

Tabel 2.3 : Tabel Penelitian Terdahulu

Tabel 2.4 : Tabel kerangka pemikiran

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : struktur brand community

Gambar 4.2 : logo harmoni

Gambar 4.3 : logo *the service city*

Gambar 5.2 : gambar harmoni pemuda

Gambar 5.3 : gambar KETAWA