

STRATEGI KOMUNIKASI CBR CLUB INDONESIA BEKASI DALAM PEMBENTUKAN CITRA POSITIF DI KALANGAN MASYARAKAT

SKRIPSI

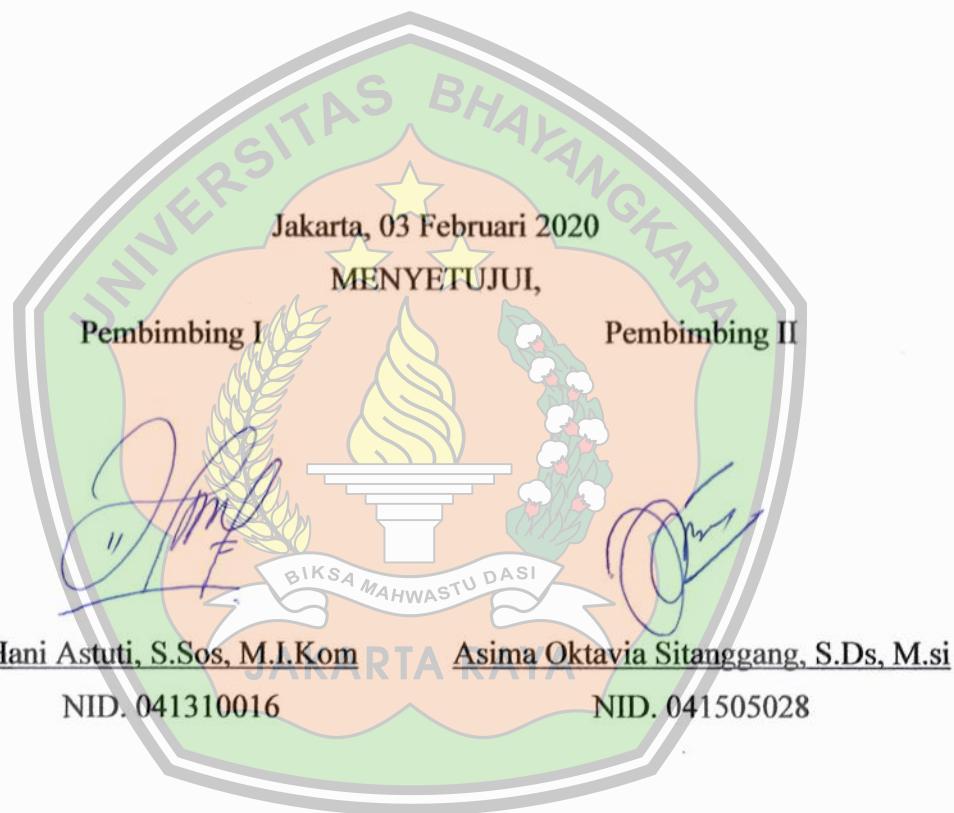
Oleh :
Aris Dwinanto
201510415034



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi CBR Club Indonesia Bekasi Dalam Pembentukan Citra Positif Di Kalangan Masyarakat
Nama Mahasiswa	: Aris Dwinanto
Nomor Pokok Mahasiswa	: 201510415034
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian	: 28 Januari 2020



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi CBR Club Indonesia Bekasi
Dalam Pembentukan Citra Positif di Kalangan
Masyarakat

Nama Mahasiswa : Aris Dwinanto

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415034

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Laporan : 28 Januari 2020

Jakarta, 03 Februari 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Pengaji : Aryadillah, S.Sos, I, MM., M.I.Kom
NID. 0041603054

Pengaji 1 : Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom
NID. 041310016

Pengaji 2 : Tri Alida Apriliana, S.IP., M.I.Kom
NID. 041908053

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 19044409

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

**“Strategi Komunikasi CBR Club Indonesia Bekasi dalam Pembentukan
Citra Positif di Kalangan Masyarakat”**

ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengijinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi

Jakarta, 03 Februari 2020

Yang Membuat Pernyataan,



Aris Dwinanto

201510415034

ABSTRAK

Aris Dwinanto, 201510415034. Strategi Komunikasi CBR Club Indonesia Bekasi dalam Pembentukan Citra Positif di Kalangan Masyarakat.

Penelitian tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh CBR Club Indonesia Bekasi dalam Pembentukan Citra Positif di Kalangan masyarakat. CBR Club Indonesia Bekasi adalah komunitas klub motor di indonesia yang bervarian motor Honda CBR semua jenis *Cubical Centimeter (CC)*, CBR Club Indonesia mempunyai 103 region di Indonesia dan salah satu regionnya adalah CBR Club Indonesia Bekasi. Sebagai komunitas klub motor yang dikenal masyarakat negatif karena minimnya informasi, bahwa komunitas motor itu ugal-ugalan dijalan, melakukan kumpul kumpul tidak bermanfaat dan adanya indikasi geng motor. Tujuan penelitian ini untuk menguraikan strategi komunikasi CBR Club Indonesia Bekasi menggunakan proses komunikasi *Attention, Interest, Desire, Action (A-I-D-A)* dalam pembentukan citra positif di kalangan masyarakat.

Metode penelitian yang digunakan ialah Metodologi Kualitatif dengan studi Deskriptif. Hasil dari penelitian ini melalui kegiatan positif yang dilakukan CBR Club Indonesia Bekasi dalam menarik perhatian, minat, keinginan dan tindakan guna membentuk citra positif yang disebarluaskan menggunakan alat yaitu anggotanya dan juga media sosial serta media partner.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, *Attention, Interest, Desire, Action*, Citra

ABSTRACT

Aris Dwinanto, 201510415034. Communication Strategies CBR Club Indonesia Bekasi in Forming a Positive Image in the Public.

Research on communication strategies carried out by CBR Club Indonesia Bekasi in the Formation of a Positive Image in the public. CBR Club Indonesia Bekasi is a motorcycle club community in Indonesia that has a variety of Honda CBR motorcycles of all types of Cubical Centimeters (CC), CBR Club Indonesia has 103 regions in Indonesia and one of the regions is CBR Club Indonesia Bekasi. As a motorcycle club community that is known to be negative because of the lack of information, that the motorcycle community is reckless on the road, gathering is not useful and there are indications of motorcycle gangs. The purpose of this study is to describe the communication strategy of CBR Club Indonesia Bekasi using the communication process Attention, Interest, Desire, Action (A-I-D-A) in the formation of a positive image among the public.

The research method used is a qualitative methodology with descriptive studies. The results of this study through positive activities carried out by CBR Club Indonesia Bekasi in attracting attention, interests, desire and actions to form a positive image that is spread using tools that are members and also social media and media partners.

Keywords: *Communication Strategy, Attention, Interest, Desire, Action, Image*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan rahmat-Nya kepada penulis, tak lupa kepada kedua orang tua Bapak dan Ibu serta keluarga yang senantiasa selalu memberikan doa, dorongan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat program Strata-1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan laporan ini banyak bantuan yang telah penulis terima dari berbagai pihak selama proses penyelesaian skripsi, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

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 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
4. Ibu Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom dan Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds.,M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan meluangkan waktunya kepada penulis untuk menyelesaikan proposal skripsi;
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah banyak memberikan ilmu dan bantuan yang bersifat akademik dan informasi;
6. Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si, Selaku dosen Pembimbing Akademik;
7. Kaka kandung dan kaka ipar penulis yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi;
8. Muchammad Amin Rais, Indah Pertiwi, Samuella Benedicte, Devie Helfrida serta Siti Apriani yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama mengerjakan skripsi;

Penulis menyadari banyaknya kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk sempurnanya laporan ini. Penulis berharap laporan ini bermanfaat bagi penulis dan para pembaca sehingga dapat menambah sedikit pengetahuan bagi para pembaca.

Jakarta, 03 Februari 2020



Aris Dwinanto
NPM. 201510415034



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Konsep.....	10
2.2.1 Komunikasi.....	10

2.2.2	Strategi Komunikasi	11
2.2.3	Tahapan Strategi Komunikasi.....	11
2.2.4	Tujuan Strategi Komunikasi	12
2.2.5	Komunitas.....	13
2.2.5.1	Faktor – Faktor Terbentuknya Komunitas	13
2.2.6	Komunitas Klub Motor.....	13
2.2.7	Citra	14
2.2.8	Citra Positif.....	14
2.2.9	Peran Citra	15
2.3	Kerangka Teori	16
2.3.1	Teori Attention Interest Desire Action (A-I-D-A).....	16
2.4	Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1	Paradigma Penelitian.....	19
3.2	Metode Penelitian	19
3.3	Informan	20
3.4	Teknik Pengumpulan Data	20
3.4.1	Wawancara	21
3.4.2	Observasi	22
3.4.3	Dokumentasi.....	22
3.5	Teknik Analisis Data	23
3.6	Teknik Keabsahan Data	23
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1	Hasil Penelitian.....	25

4.1.1	Gambaran Umum CBR Club Indonesia Bekasi	25
4.1.2	Struktur Organisasi CBR Club Indonesia Bekasi.....	27
4.1.3	Hasil Observasi.....	27
4.1.4	Informan Penelitian	28
4.2	Pembahasan	29
4.2.1	Kegiatan Kampanye Keselamatan Berkendara “Kepalamu Masa Depanmu”	29
4.2.2	Penerapan <i>Attention, Interest, Desire, Action</i> Pada Keselamatan Berkendara “Kepalamu Masa Depanmu”	31
4.2.3	Kegiatan Kampanye Keselamatan Berkendara “Lelah Berkendara Membawa Musibah”	35
4.2.4	Penerapan <i>Attention, Interest, Desire, Action</i> Pada Keselamatan Berkendara “Lelah Berkendara Membawa Musibah”	37
4.2.5	Citra CBR Club Indonesia Bekasi Saat ini	42
4.2.6	Kasus yang dihadapi CCI terkait citra CCI di mata masyarakat dan calon anggota	44
4.2.7	Pembentukan Citra Melalui Strategi Kampanye Berkendara “Kepalamu Masa Depanmu”	45
4.2.8	Pembentukan Citra Melalui Strategi Kampanye Berkendara “Lelah Berkendara Membawa Musibah”	47
4.3	Penarikan Kesimpulan	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Saran	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Anggota Cbr Club Indonesia	3
Tabel 4.1 Profil Informan Pelaku.....	28
Tabel 4.2 Profil Informan Pengamat.....	29
Tabel 4.3 Data Hasil Wawancara Citra CCI	42
Tabel 4.4 Data Hasil Wawancara Terhadap Citra CCI Bekasi di Mata Masyarakat dan Calon Anggota.....	43
Tabel 4.5 Data Hasil Wawancara Pembentukan Citra Melalui Strategi Kampanye Berkendara “Kepalamu Masa Depanmu”.....	45
Tabel 4.6 Data Hasil Wawancara Pembentukan Citra Melalui Strategi Kampanye Berkendara “Lelah Berkendara”	46



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 4.1 Deklarasi CBR Club Indonesia Bekasi.....	25
Gambar 4.2 Region CBR Club Indonesia Bekasi.....	26
Gambar 4.3 Struktur Organisasi CBR Club Indonesia Bekasi	27
Gambar 4.4 <i>The Best Community Influence</i>	31
Gambar 4.5 Kegiatan CBR Club Indonesia Bekasi Dalam Proses <i>Attention</i> .	32
Gambar 4.6 Pamflet & Panggung CBR Club Indonesia Bekasi Dalam Kegiatan Kampanye Keselamatan Berkendara	33
Gambar 4.7 Kegiatan Kampanye Keselamatan Berkendara “Kepalamu Masa Depanmu”	35
Gambar 4.8 <i>Top 15 Safety Campaign Award</i>	37
Gambar 4.9 Kegiatan CBR Club Indonesia Bekasi Dalam Proses <i>Attention</i> Keselamatan Berkendara	38
Gambar 4.10 Kegiatan CBR Club Indonesia Bekasi Dalam Proses <i>Interest</i> ... 40	
Gambar 4.11 Kegiatan Kampanye Keselamatan Berkendara Lelah Berkendara Membawa Musibah.....	42

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	18
---------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- | | |
|--------------|-----------------------|
| Lampiran I | Riwayat Hidup Penulis |
| Lampiran II | Pedoman Wawancara |
| Lampiran III | Transkip Wawancara |
| Lampiran IV | Reduksi Data |
| Lampiran V | Dokumentasi |
| Lampiran VI | Form Perbaikan |
| Lampiran VII | Kartu Bimbingan |

