

**ANALISIS TINGKAT RESONANSI MEREK GENRE PADA
KOMUNITAS DUTA GENRE**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



KIFTINAYA MAYANDA WIDYANINGSIH

1171003074

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Kiftinaya Mayanda Widyaningsih

NIM : 1171003074

Tanda Tangan : 

Tanggal : 6 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Kiftinaya Mayanda Widyaningsih

NIM : 1171003074

Program Studi : Ilmu Komunikasi

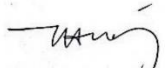
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : ANALISIS TINGKAT RESONANSI MEREK GENRE PADA
KOMUNITAS DUTA GENRE

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Suharyanti, Dra., M.S.M

()

Penguji 1 : Dessy Kania, B.A., M.A

()

Penguji 2 : Ari Kurnia, M.Ikom

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 6 Agustus 2021

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Tingkat Resonansi Merek Genre pada Komunitas Duta Genre” ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis tentunya mendapatkan dukungan, bimbingan, semangat, doa dan dibantu oleh berbagai pihak yang berkontribusi dalam mengatasi segala tantangan yang mungkin dihadapi hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini. Untuk menunjukkan rasa syukur terhadap pihak-pihak tersebut, penulis ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang luar biasa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
2. Ayah dan Mama selaku kedua orang tua penulis, serta saudara kandung penulis yaitu mba Vivid dan Nazwa yang selalu mendukung baik dari segi materil maupun non-materil.
3. Ibu Suharyanti, Dra., M.S.M. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie sekaligus Dosen Pembimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih karena telah memberi kesempatan penulis untuk membantu disertasi Ibu Suharyanti.
4. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dan PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk yang telah memberi kesempatan penulis untuk menjalankan program magang bersertifikat dan memberi pengalaman tentang dunia kerja yang luar biasa.
5. Tim Pluto yaitu Qinchara, Gitta, Putri, Intan, dan Arfan sebagai teman dekat sejak awal masa perkuliahan yang menjadi penghibur, penyemangat, serta berjuang bersama meraih gelar Sarjana. *I can't imagine how's life without you guys!*

6. Nur Muhammad Rizki yang selalu menemani, mendoakan, memberi dukungan selama proses penulisan tugas akhir ini.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2017 dan organisasi BEM periode 2018-2020 yang telah memberi memori indah semasa perkuliahan dan saling memberi dukungan.
8. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Demikian ungkapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga penelitian ini membawa manfaat bagi seluruh pembacanya dan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis.

Yang menyatakan,



Kiftinaya Mayanda Widyaningsih

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kiftinaya Mayanda Widyaningsih

NIM : 1171003074

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Guna mengembangkan ilmu pengetahuan maka penulis menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul:

“ANALISIS TINGKAT RESONANSI MEREK GENRE PADA KOMUNITAS DUTA GENRE”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap menyantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta, juga sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya,

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 6 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Kiftinaya Mayanda Widyaningsih

ANALISIS TINGKAT RESONANSI MEREK GENRE PADA KOMUNITAS DUTA GENRE

Kiftinaya Mayanda Widyaningsih

ABSTRAK

Genre Indonesia yang dibentuk oleh BKKBN membuat program-program untuk mencegah persoalan remaja seperti seks pra-nikah, NAPZA (Narkotika, Psikotropika, dan Zat Adiktif), penularan HIV/AIDS dan pernikahan dini. Program tersebut digerakan oleh Duta Genre sebagai tokoh utama Genre Indonesia. Dengan adanya peranan penting yang dijalankan oleh Duta Genre maka dirasa perlu adanya keterikatan mendalam dengan Genre Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana upaya Komunitas Duta Genre dalam membentuk resonansi Genre Indonesia dari perspektif *branding* melalui sejumlah aktivitas yang dijalankan oleh Duta Genre. Selanjutnya penelitian ini dianalisis menggunakan piramida *brand resonance* oleh Keller (2013) dan *brand community* oleh Kotler dan Keller (2016). Sedangkan subyek penelitian ini merupakan Direktur BKKBN dan beberapa perwakilan Duta Genre. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara mendalam, metode dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas yang dilakukan oleh Duta Genre merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat dan juga terdapat rasa kebanggaan mereka menjadi Duta Genre. Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Keller bahwa adanya loyalitas, keterikatan sikap, rasa komunitas, dan keterlibatan aktif dapat membentuk resonansi merek. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa Duta Genre telah mencapai tingkatan tertinggi yaitu resonansi merek dengan didukung oleh adanya *impression management* yang baik dari Duta Genre.

Kata kunci: Resonansi Merek, Komunitas Merek, *Branding*, Duta Genre, Genre Indonesia, Forum Genre Indonesia, BKKBN.

**ANALISIS TINGKAT RESONANSI MEREK GENRE
PADA KOMUNITAS DUTA GENRE**

Kiftinaya Mayanda Widyaningsih

ABSTRACT

Genre Indonesia which was formed by the BKKBN, makes programs to prevent adolescent problems such as pre-marital sex, drugs (narcotics, psychotropics, and addictive substances), HIV/AIDS transmission and early marriage. The program is driven by Duta Genre as the main character of Genre Indonesia. With the important role by Duta Genre, it is felt that there is a need for a deep engagement with Genre Indonesia. The purpose of this study is to find out how the Genre Duta Community's efforts in shaping the resonance of Genre Indonesia from a branding perspective through a number of activities carried out by Duta Genre. Furthermore, this study was analyzed using a pyramid of brand resonance by Keller (2013) and brand community by Kotler and Keller (2016). Meanwhile, the subject of this research is the Director of BKKBN and several representatives of Genre Ambassadors. In this study using a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques in this study were through in-depth interviews, documentation methods, and literature studies. The results of this study indicate that the activities carried out by Duta Genre are a form of community service and there is also a sense of pride in them being Duta Genre. This is in accordance with what was conveyed by Keller that the behavioral loyalty, attitudinal attachment, sense of community, and active engagement can form brand resonance. The findings in this study indicate that Duta Genre has reached the highest level that is brand resonance and supported by good impression management from Duta Genre.

Keywords: Brand Resonance, Brand Community, Branding, Duta Genre, Genre Indonesia, Forum Genre Indonesia, BKKBN.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoretis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsep yang Relevan.....	9
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.2.2 Kampanye Komunikasi Kesehatan.....	11
2.2.3 Branding.....	13
2.2.4 Brand Community.....	17
2.2.5 <i>Brand Resonance</i>	19
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	22
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Desain dan Pendekatan.....	28
3.2 Obyek dan/ atau Subyek.....	29

3.3 Pengumpulan Data	30
3.4 Analisis Data	31
3.5 Triangulasi Data	32
3.6 Operasionalisasi Konsep/ Isu	34
BAB IV	36
HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	36
4.1.1 Sejarah dan Profil Forum Genre Indonesia.....	36
4.2 Penyajian Data.....	40
4.2.1 Subyek Penelitian	40
4.2.2 Subyek Triangulator	44
4.2.3 Hasil Penelitian	45
4.3 Pembahasan dan Diskusi	67
4.3.1 <i>Brand Community</i> Duta Genre	68
4.3.2 <i>Brand Resonance</i> Duta Genre.....	83
BAB V.....	92
KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran dan Implikasi	93
5.2.1 Saran Teoretis	93
5.2.2 Saran Praktis	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perempuan Usia 20-24 Tahun Menurut Usia Perkawinan Pertama Berdasarkan Tempat Tinggal.....	3
Gambar 1.2 Puncak Apresiasi Duta Genre & JAK Genre Indonesia 2020.....	6
Gambar 2.1 Brand Resonance Pyramid.....	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 Logo Genre Indonesia.....	38
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Genre Indonesia.....	40
Gambar 4.3 Eka Sulistya Ediningsih, Direktur Bina Ketahanan Remaja (Hanrem) BKKBN.....	41
Gambar 4.4 Cikik Sikmiyati, Kasubdit Bina Ketahanan Remaja BKKBN.....	41
Gambar 4.5 Siti Maysarah, Finalis Duta Genre 2016 dan Ketua Forum Genre Indonesia DKI Jakarta.....	42
Gambar 4.6 I Putu Arya Aditia Utama, Duta Genre 2019.....	43
Gambar 4.7 Cinthia Mutiara Zeni, Duta Genre 2020.....	43
Gambar 4.8 Fiqih Aghniyan Hidayat, Duta Genre 2020.....	44
Gambar 4.9 Virginia Josodipoero, Communication Specialist.....	45
Gambar 4.10 Profil Instagram Genre Indonesia.....	72
Gambar 4.11 Poster Kegiatan National Youth Summit 2021.....	73
Gambar 4.12 Kegiatan Webinar International Genre Indonesia.....	76
Gambar 4.13 Kegiatan Youth Summit.....	77
Gambar 4.14 Kegiatan Pool of Trainers Modul Tentang Kita.....	77
Gambar 4.15 Kegiatan Youth Summit dengan Desain Grafis.....	78
Gambar 4.16 Kegiatan ADU JAK 2021.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Status Perkawinan Penduduk Usia 15-19 tahun di Daerah Perkotaan dan Perdesaan.....	1
Tabel 1.2 Persentasi Jumlah Tertinggi Status Perkawinan Usia 15-19 tahun Berdasarkan Provinsi	2
Tabel 2.1 Tinjauan pustaka terkait dengan penelitian sebelumnya.....	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	35
Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	40