

ABSTRAK

Huda, Fatikhul. 2015. *Brand Community* (Kesadaran Bersama, Ritual Tradisi dan Tanggung Jawab Moral) Motor *Sport* Kawasaki Ninja NIC'S (Ninja *Club Sport*) Malang (Studi Kasus Pada Komunitas Motor *Sport* Kawasaki Ninja NIC'S (Ninja *Club Sport*) Malang. Skripsi. Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing : Dr. Retno Mangestuti, M.Si.

Kata Kunci : *Brand Community*, Ninja *Club Sport* (NIC'S)

Memiliki motor *sport* mendatangkan *prestise* tersendiri bagi para pria di kota besar. Tidak hanya ketangguhan mesin dan desain inovatif saja yang menjadi faktor penting dalam memilih motor *sport* idaman. Banyak munculnya motor *sport* membuat pecinta motor *sport* di haruskan untuk memilih sesuai selera konsumen, kawasaki ninja yang terkenal sebagai produk andalan kawasaki selalu mendapatkan sambutan premium dari pecinta motor gede dan motor *sport*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk-bentuk *brand community* (kesadaran bersama, ritual tradisi dan tanggung jawab moral) motor *sport* kawasaki ninja NIC'S (ninja *club sport*) Malang. Penelitian ini memakai metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Subjek yang diteliti adalah pengurus dan anggota komunitas motor *sport* kawasaki ninja NIC'S (ninja *club sport*) Malang. Teknik pengumpulan data dengan teknik (*Snowball Technique*). Sedangkan cara memperoleh data (1) observasi (2) wawancara (3) dokumentasi. Dilakukan upaya pengecekan keabsahan data seperti triangulasi data, *member check*, ketekunan pengamatan, dan *audit trail*. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa, diperoleh empat kesimpulan dalam penelitian ini yaitu bentuk-bentuk *brand community* yang dilakukan komunitas motor *sport* kawasaki ninja (1) kesadaran bersama meliputi: Saling menolong antar anggota komunitas dan komunitas lain, berbagi *link* politik dan bisnis, siap menyikapi dan menerima macam-macam sifat dan tingkah laku anggota, tidak membuat forum dalam forum, menyelesaikan permasalahan bersama, solid, mempertahankan tradisi, menghidupkan komunitas, menjaga nama baik komunitas dan membuatnya berprestasi, adanya regenerasi anggota, loyalitas pada AD ART komunitas, tertib lalu lintas, kontribusi pada alam, kesadaran pada masyarakat umum dan anggota komunitas, silaturahmi. (2) Ritual tradisi meliputi: bakti sosial, patner kepolisian sebagai *safety rading*, kopi daratan, *rolling*, *touring* wisata, *touring* kegiatan, merayakan hari berdiri komunitas. (3) Tanggung jawab moral meliputi: regenerasi anggota, mengkondisikan, mensupport, reoni keluarga besar, memberikan tanggung jawab kepengurusan, memecahkan masalah, mensolidkan anggota, mengadakan program-program serta di butuhkan kesadaran untuk membawa komunitas dan mengerti apa maunya anggota. Membantu dalam penggunaan merek yaitu dengan cara membuka *group* untuk masyarakat umum untuk berkonsultasi tentang motornya, cara *word of mouth*, memanfaatkan komunitas sebagai iklan berjalan. (4) Kesederhanaan meliputi: a) tidak harus eksklusif pada suatu barang, b) budaya kesederhanaan dalam komunitas.