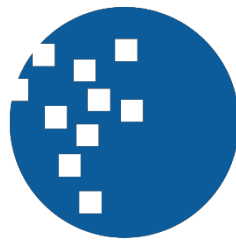


**PENERAPAN STRATEGI BRAND COMMUNITY MUSCLE
FIRST DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN (STUDI KASUS
KOMUNITAS BODY FIRST BY MUSCLE FIRST)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

STEFFI

0000030013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2022

PENERAPAN STRATEGI *BRAND COMMUNITY MUSCLE FIRST* DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN (STUDI KASUS KOMUNITAS BODY FIRST BY MUSCLE FIRST)



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

STEFFI

0000030013

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Steffi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000030013

Program studi : Komunikasi Strategis (Ilmu Komunikasi)

Skripsi dengan judul:

**PENERAPAN STRATEGI BRAND COMMUNITY MUSCLE FIRST
DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN (STUDI KASUS KOMUNITAS
BODYFIRST BY MUSCLE FIRST)**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Juni 2022

UMM

Steffi



(Steffi)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

PENERAPAN STRATEGI *BRAND COMMUNITY MUSCLE FIRST* DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN (STUDI KASUS KOMUNITAS BODY FIRST BY MUSCLE FIRST)

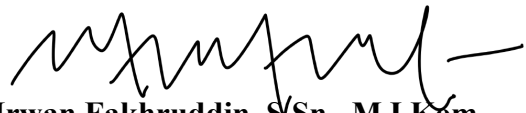
Oleh
Nama : Steffi
NIM : 00000030013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 30 Juni 2022
Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.
NIDN 0308117706


Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.
NIDN 0331077503

Pembimbing


Citra Indah Lestari, S.Sos., M.Sc.
NIDN 0318018203

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi


Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.
NIDN 0308117706

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Steffi
NIM : 00000030013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENERAPAN STRATEGI BRAND COMMUNITY MUSCLE FIRST
DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN (STUDI KASUS KOMUNITAS
BODY FIRST BY MUSCLE FIRST)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 30 Juni 2022

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA


(Steffi)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

“STRATEGI BRAND COMMUNITY MUSCLE FIST DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN (STUDI KASUS KOMUNITAS BODY FIRST BY MUSCLE FIRST)” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
4. Ibu Citra Indah Lestari, S.Sos, M.Sc. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si. selaku Ketua Sidang dan Bapak Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang
6. Sally Varsly, selaku Pimpinan perusahaan Muscle First.
7. Kedua narasumber dalam penelitian ini yang telah bersedia memberikan informasi penting terkait objek penelitian.

8. Orang tua, saudara, dan keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
9. Michael, Oeren, Michelle, Novelia, Melisa, dan Imelda yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, dan menjadi teman untuk bertukar pikiran dalam proses membuat skripsi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 30 Juni 2022



(Steffi)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENERAPAN STRATEGI BRAND COMMUNITY MUSCLE FIRST DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN (STUDI KASUS KOMUNITAS BODY FIRST BY MUSCLE FIRST)

Steffi

ABSTRAK

Adanya pandemi Covid-19 mendorong masyarakat di Indonesia untuk mencari pengetahuan dan pilihan perawatan kesehatan. Muscle First sebagai *brand* lokal Indonesia yang memproduksi suplemen bernutrisi untuk olahraga melihat peluang tersebut dan membentuk komunitas Body First by Muscle First di Facebook untuk menerapkan strategi *brand community* dalam melakukan komunikasi pemasarannya. Strategi *brand community* bertujuan untuk meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan menciptakan *brand loyalty*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *brand community* Muscle First dalam komunikasi pemasaran. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan wawancara semi struktur, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan konsep pembentukan strategi dan pengelolaan strategi *brand community*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dan penerapan strategi *brand community* yang dilakukan oleh Muscle First telah melalui tahapan perencanaan dan pengelolaan dengan menerapkan *soft selling* atau *inbound marketing*. *Inbound marketing* yang dilakukan adalah memberikan edukasi terkait olahraga kepada para anggotanya. Strategi *brand community* yang baru dijalankan selama 1 tahun ini oleh Muscle First ini telah berhasil mendapatkan lebih dari 6.000 anggota.

Kata kunci: *Brand Community*, Komunikasi Pemasaran, Muscle First, Body First by Muscle First

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

PENERAPAN STRATEGI BRAND COMMUNITY MUSCLE FIRST DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN (STUDI KASUS KOMUNITAS BODY FIRST BY MUSCLE FIRST)

Steffi

ABSTRACT

The existence of the Covid-19 pandemic has encouraged people in Indonesia to seek knowledge and health care options. Muscle First as a local Indonesian brand that produces nutritional supplements for workout saw this opportunity and formed the Body First by Muscle First community on Facebook to implement the brand community strategy in conducting its marketing communications. The brand community strategy aims to improve long-term relationships with customers and create brand loyalty. This study aims to determine how the implementation of the Muscle First brand community strategy in marketing communications. This research is a descriptive qualitative research with case study method. Data collection is done by semi-structured interviews, observation, and documentation. This study uses the concept of strategy formation and management of brand community strategies. The results showed that the strategy and implementation of the brand community strategy carried out by Muscle First had gone through the planning and management stages by applying soft selling or inbound marketing. Inbound marketing is done by providing education related to sports to its members. This brand community strategy, which has only been implemented for 1 year by Muscle First, has succeeded in getting more than 6,000 members.

Keywords: Brand Community, Strategic Marketing Communication, Muscle First, Body First by Muscle First

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

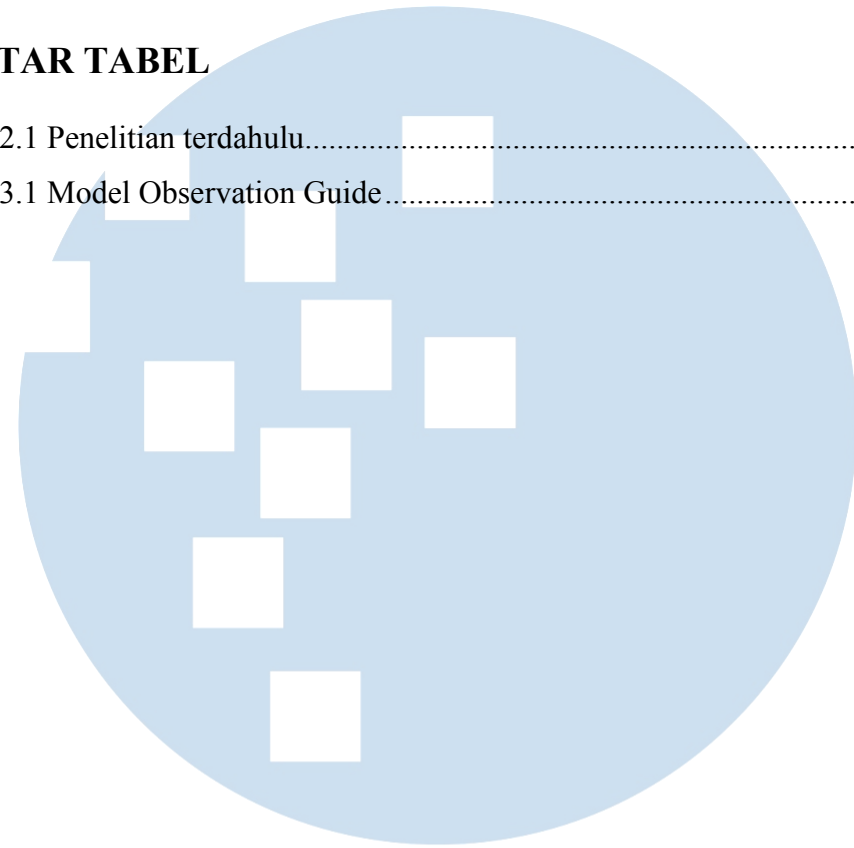
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.5.1 Kegunaan Akademis	5
1.5.2 Kegunaan Praktis	5
1.5.3 Keterbatasan Penelitian	5
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Teori/Konsep	12
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	12
2.2.2 Media Sosial	13
2.2.3 Brand Community	14

2.3	Alur Penelitian	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		21
3.1	Paradigma Penelitian	21
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian	22
3.3	Metode Penelitian	22
3.4	Key Informan dan Informan	22
3.4.1	Key Informant	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data	23
3.6	Keabsahan Data	26
3.7	Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	29
4.1.1	Subjek Penelitian	30
4.1.2	Objek Penelitian	31
4.2	Hasil Penelitian	32
4.3	Pembahasan	39
BAB V SIMPULAN		49
5.1	Simpulan	49
5.2	Saran	50
5.2.1	Saran Akademis	50
5.2.2	Saran Praktis	50
DAFTAR PUSTAKA		52
LAMPIRAN		54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Model Observation Guide.....	25



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan Pencarian tentang Kesehatan.....	2
Gambar 1.2 Data Pencarian Olahraga di Rumah.....	2
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	18
Gambar 4.1 Logo Muscle First.....	29
Gambar 4.2 Produk Muscle First.....	29
Gambar 4.3 Komunitas Body First by Muscle First.....	30
Gambar 4.4 Ruang Lingkup Brand Community.....	31
Gambar 4.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	31
Gambar 4.6 Komentar Anggota Komunitas.....	33
Gambar 4.7 Komentar Anggota Komunitas.....	33
Gambar 4.8 Gathering Sunday Funday.....	34
Gambar 4.9 Foto Bersama Komunitas di Acara Sunday Funday.....	35

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Panduan Wawancara	56
Transkript Wawancara	57
Hasil Observasi	66
Dokumentasi	67
Formulir Konsultasi	68
Resume	69
Turnitin	70

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA