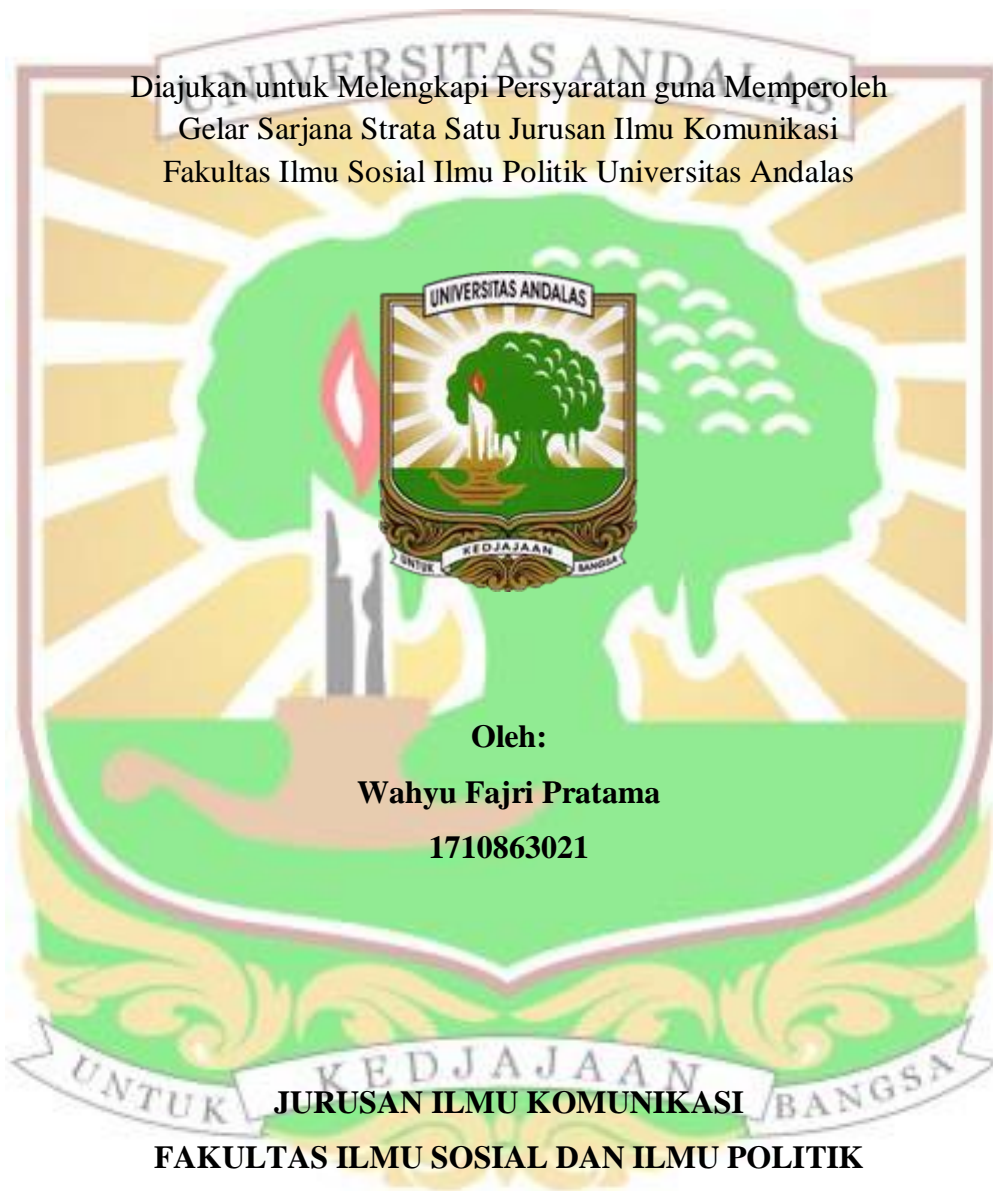


**PERILAKU KOMUNIKASI *FANS IDENTITY* DALAM MEMBENTUK  
*BRAND COMMUNITY* PADA KOMUNITAS SEPAKBOLA  
PENA REAL MADRID PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Andalas



**Oleh:**

**Wahyu Fajri Pratama**

**1710863021**

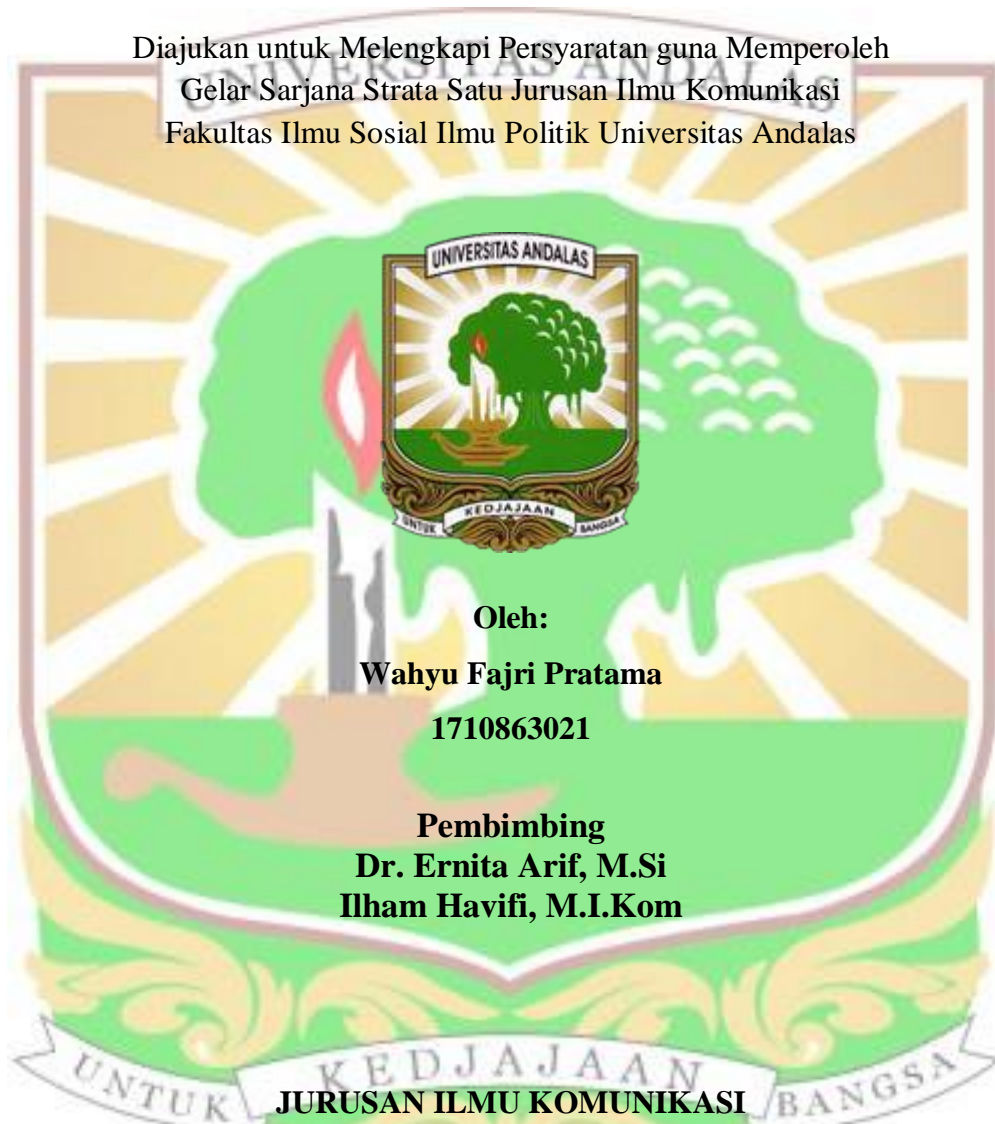
**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2022**

**PERILAKU KOMUNIKASI *FANS IDENTITY* DALAM MEMBENTUK  
*BRAND COMMUNITY* PADA KOMUNITAS SEPAKBOLA  
PENA REAL MADRID PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Andalas



**Oleh:**

**Wahyu Fajri Pratama**

**1710863021**

**Pembimbing**

**Dr. Ernita Arif, M.Si  
Ilham Havifi, M.I.Kom**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2022**

## ABSTRAK

### PERILAKU KOMUNIKASI *FANS IDENTITY* DALAM MEMBENTUK *BRAND COMMUNITY* PADA KOMUNITAS SEPAKBOLA PENYA REAL MADRID PADANG

Oleh :  
**Wahyu Fajri Pratama**  
1710863021

Pembimbing :  
**Dr. Ernita Arif, M.Si**  
**Ilham Havifi, M.I.Kom**

Permasalahan pada komunitas *fans* supporter sepak bola di Indonesia tak bisa di pungkiri memiliki hubungan antar supporter sepak bola Indonesia yang tidak selamanya berjalan harmonis, Banyak juga yang berujung pada sepak bola Indonesia ini pada konflik atau rivalitas. Mereka dengan sangat kreatif membuat jargon-jargon tertentu untuk menamai kelompoknya. Sehingga dinamakan supporter sejati yang fanatik. Oleh karena itu maka peneliti tertarik bagaimana Perilaku komunikasi *fans identity* PRMI Padang dalam membentuk *brand community* pada tradisi mereka. Penelitian ini menggunakan teori Interaksi Simbolik sebagai landasan dalam membahas dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga pendekatan fenomenologi dalam penelitian. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis sebagai pandangan dasar dalam melihat sebuah fenomena dari permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Subjek penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Sumber data dari penelitian ini terdiri atas sumber data primer dan juga sekunder yang dianalisis melalui *interpretative phenomenological analysis* serta uji keabsahan data dengan menggunakan reflektivitas. Perilaku komunikasi yang diperlihatkan dari setiap anggota dari PRMI Padang melibatkan identitas, atribut dan tradisi komunitas. Pembentukan *brand community* juga sama halnya dengan membentuk *fans identity*. *Brand community* yang terbentuk dari komunitas ini adalah komunitas yang solid dan juga ramah. Hal ini terlihat dari setiap agenda dan interaksi dari anggota bersama dengan pihak luar komunitas.

**Kata Kunci : *Brand Community, Fans Identity, Pena Real Madrid Padang***

## ABSTRACT

### **COMMUNICATION BEHAVIOR OF FANS IDENTITY IN FORMING A BRAND COMMUNITY IN THE PENA FOOTBALL COMMUNITY OF REAL MADRID PADANG**

By :

**Wahyu Fajri Pratama  
1710863021**

Supervisor :

**Dr. Ernita Arif, M.Si  
Ilham Havifi, M.I. Kom**

*The problem with the community of football supporters in Indonesia cannot be denied that the relationship between Indonesian football fans does not always run harmoniously. A lot has also happened to Indonesian football in conflicts or rivalries. They are very creative in making certain jargons to name their group. So that the true fanatic success. Therefore, the researcher is interested in how the identity communication behavior of PRMI Padang fans in forming a brand community in their tradition. This study uses the Symbolic Interaction theory as the basis for discussing the research. This study uses qualitative research methods and also a phenomenological approach in research. Researchers use the constructivist paradigm as a basic view in seeing a phenomenon from the problems raised by researchers. The research subject used by the researcher is purposive sampling technique. Data collection methods used are interviews, observation and documentation. The data sources of this study consisted of primary and secondary data sources which were analyzed through interpretive phenomenological analysis and data validity testing using reflexivity. The communication behavior shown by each member of PRMI Padang involves identity, attributes and community traditions. Brand community is also the same as forming the identity of fans. The brand community formed from this community is a solid and friendly community. This can be seen from every activity and interaction of members together with outside community.*

**Keywords: Brand Community, Fan Identity, Pena Real Madrid Padang**