



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana  
Bidang Studi *Broadcasting*  
Ria Anggraini  
44112010133

Pola Komunikasi Kelompok Dalam Membangun Prestise Komunitas Pecinta Otomotif Di Bekasi (Studi Interaksi Simbolik Pada Komunitas Motor Bekasi Ninja Club “BNC”)  
Jumlah Halaman : viii + 110 Halaman + 4 lampiran  
Bibliografi : 26 Buku (Tahun 2001-2015), 5 Artikel Internet, 5 Jurnal

### ABSTRAK

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama. Dalam kelompok seperti komunitas pecinta otomotif, terutama motor menjadi harga diri dan sebuah hobi bagi pemiliknya. Selain itu, dalam suatu kelompok diperlukan sekali komunikasi baik verbal maupun non verbal yang akan membangun prestise kelompok.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pola komunikasi kelompok dalam membangun prestise komunitas Bekasi Ninja Club “BNC” dan menjelaskan pola dari hubungan antar individu dalam kelompok. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan didalam penelitian ini menggunakan studi interaksi simbolik yakni dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) dan observasi partisipan dengan pilihan *key informan* yang mewakili para komunitas motor BNC.

Hasil penelitian ini, diketahui bahwa prestise komunitas dalam pola komunikasi multiarah dapat ditunjukkan melalui kegiatan yang komunitas BNC lakukan seperti acara sosial, pihak komunitas memberi bantuan atau sumbangan kepada yang membutuhkan dan plakat yang berlogo BNC, perilaku anggota komunitas serta atribut yang menunjukkan identitas BNC. Hal tersebut menunjukkan pola komunikasi dalam membangun prestise komunitas yang positif di mata masyarakat. Selain itu, terdapat simbol-simbol yang khas dan biasa digunakan oleh komunitas BNC dalam berkomunikasi.