



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**KOMUNITAS MEREK SEBAGAI AGEN PENGUATAN  
BRAND IMAGE**

**(Studi Kasus Pada Kegiatan Xpander-Mitsubishi Owner  
Club Indonesia 2022)**

**TESIS**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Studi Magister Ilmu Komunikasi

**MERCU BUANA**

**OLEH**

**Muhammad Ermiel Zulfikar**

**(55219120020)**

**KOMUNIKASI KORPORAT DAN MARKETING**

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2023**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : Muhammad Ermiel Zulfikar  
NIM : 55219120020  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Corporate and Marketing Communication  
Judul Karya Akhir/Tesis : KOMUNITAS MEREK SEBAGAI  
AGEN PENGUATAN BRAND IMAGE (Studi Kasus Pada Kegiatan  
Xpander-Mitsubishi Owner Club Indonesia 2022)

**MERCU BUANA**

Jakarta, 10 Februari 2023

Dosen Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS**

Judul : KOMUNITAS MEREK SEBAGAI AGEN PENGUATAN  
BRAND IMAGE (Studi Kasus Pada Kegiatan Xpander-  
Mitsubishi Owner Club Indonesia 2022)

Nama : Muhammad Ermiel Zulfikar

NIM : 55219120020

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

Tanggal : 10 Februari 2023


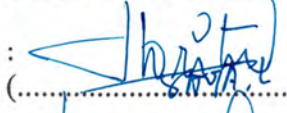
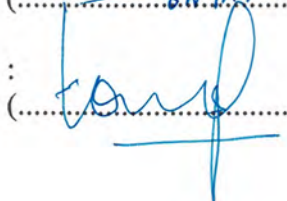
Jakarta, (Tanggal Sidang)

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Heri Budianto, M.Si)

2. Penguji Ahli :  
(Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si)

3. Pembimbing :  
(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

  
(.....)  
:  
  
(.....)  
:  
  
(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

Judul : KOMUNITAS MEREK SEBAGAI AGEN PENGUATAN  
: BRAND IMAGE (Studi Kasus Pada Kegiatan Xpander-  
Mitsubishi Owner Club Indonesia 2022)

Nama : Muhammad Ermiel Zulfikar

NIM : 55219120020

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

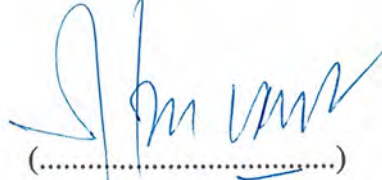
Tanggal : 10 Februari 2023

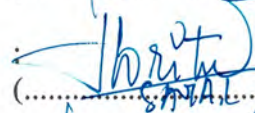
UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

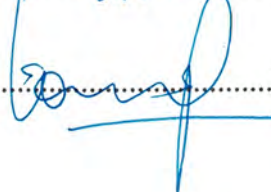
Jakarta, (10 Februari 2023)

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Heri Budianto, M.Si)
2. Penguji Ahli  
(Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si)
3. Pembimbing  
(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

  
(.....)

  
(.....)

  
(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : Muhammad Ermiel Zulfikar  
NIM : 55219120020  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Corporate and Marketing Communication  
Judul Karya Akhir/Tesis : KOMUNITAS MEREK SEBAGAI AGEN PENGUATAN BRAND  
IMAGE (Studi Kasus Pada Kegiatan Xpander-Mitsubishi Owner  
Club Indonesia 2022)

Jakarta, (10 Februari 2023)

Dosen Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawan, M.Si)

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M Si)

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Muhammad Ermiel Zulfikar  
NIM : 55219120020  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “KOMUNITAS MEREK SEBAGAI AGEN PENGUATAN BRAND IMAGE (Studi Kasus Pada Xpander-Mitsubishi Owner Club Indonesia)” ,telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 8 Februari 2023, didapatkan nilai persentase sebesar 20%



Jakarta, 08 Februari 2023  
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



**Sukadi, SE., MM**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : KOMUNITAS MEREK SEBAGAI AGEN PENGUATAN  
BRAND IMAGE (Studi Kasus Pada Kegiatan Xpander-  
Mitsubishi Owner Club Indonesia 2022)

Nama : Muhammad Ermiel Zulfikar

N I M : 55219120020

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 10 Februari 2023

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 10 Februari 2023

Materai Rp 10.000/Rp 6.000 (2 lembar)



(Muhammad Ermiel Zulfikar)

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena rahmat dan ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "Komunitas Merek Sebagai Agen Penguatan Brand Image (Studi Kasus Pada Kegiatan Xpander-Mitsubishi Owner Club Indonesia 2022)". Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.Ikom). Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karenanya penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Dalam proses penulisan tesis ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, serta dorongan kuat yang memberikan berbagai bentuk dan dukungan dan doa, sehingga akhirnya tesis ini dapat terealisasi. Adapun dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan juga inspirasi.
2. Dr. Santa Lorita Simamora, M.Si, selaku dosen penelaah yang telah memberikan arahan, saran, dan bimbingan.
3. Dr. Heri Budianto, M.Si, selaku Ketua Sidang dan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Teruntuk orang tua tersayang, Ayah Jamian A Rauf dan Ibu Suminarti sebagai motivasi utama penulis yang selalu memberikan doa, restu, serta dukungan materil dan non-materil sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.



5. Seluruh jajaran dosen dan staf Magister Ilmu Komunikasi Mercu Buana atas segala ilmu dan bantuan serta bimbingan yang telah diberikan selama masa studi.
6. Sonny Eka Putra, Salah Satu Founder Komunitas X-MOC yang telah bersedia menjadi informan dalam tesis ini.
7. Wira Julianto, selaku Ketua Umum Komunitas X-MOC dan seluruh keluarga besar X-MOC yang menjadi subjek penelitian ini.
8. Sahabat terbaik: Bani, Alfi, Dio, Aldi, Kemas, Nirwan, Reyhan Iskandar, Azhar Zahran, Tiasa Fernanda, Renaldy Belinda, Ipan Supriadi, Aryo Faruq, Singgih Andarbeni dan Rifqi Sujiwo terima kasih atas semua dukungan dan doanya.

Dengan keterbatasan pengalaman, ilmu maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa tesis ini sempurna dengan kekurangannya. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Jakarta, 10 Februari 2023



**(Muhammad Ermiel Zulfikar)**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN SIMILARITY CHECK .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Kegunaan Akademis .....	8
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	9
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA KONSEPTUAL .....</b>	<b>10</b>
2.1 Kajian Literatur .....	10
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Kajian Pustaka .....	23
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.2. Brand (Merek).....	25
2.2.3. Brand Image .....	27
2.2.4. Komunikasi Pemasaran Sosial .....	31
2.2.5. Komunitas Merek.....	33
2.2.6. Analisis SWOT .....	43

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1. Paradigma Penelitian .....	49
3.2. Metode Penelitian .....	49
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.4. Objek Penelitian .....	53
3.5. Subjek Penelitian .....	53
3.6. Informan Penelitian .....	54
3.7. Teknik Analisis Data .....	55
3.8. Teknik Keabsahan Data.....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
4.1 Gambaran Umum .....	58
4.1.1. Profil Komunitas X-MOC .....	58
4.1.2. Demografi Anggota X-MOC.....	61
4.1.3. Saluran Komunikasi X-MOC .....	63
4.1.4. Struktur Organisasi X-MOC.....	65
4.1.5. Visi dan Misi Komunitas X-MOC .....	66
4.1.6. Mapping Stakeholders X-MOC.....	66
4.2. Hasil Penelitian.....	68
4.2.1. Kegiatan Jambore Nasional (JAMNAS)	
Ke-2 X-MOC 2022 .....	68
4.2.2. Kegiatan Halalbihalal X-MOC Indonesia 2022 .....	72
4.2.3. Kegiatan Keluarga Jelajah Nusantara (GAJANTARA) .....	76
4.2.4. Kegiatan Touring Kemerdekaan dan Menghadiri Peluncuran New Xpander Cross di GIIAS 2022 .....	79
4.2.5. Peran Komunitas X-MOC Indonesia Sebagai Agen Penguatan Brand Image Mitsubishi Xpander .....	81
4.2.6. Komunitas X-MOC Sebagai Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Xpander.....	84
4.2.7. Analisis Situasi Komunitas X-MOC Indonesia Sebagai Agen Penguatan Brand Image Mitsubishi Xpander.....	86

4.3. Pembahasan .....	92
4.3.1. Penguatan Brand Image Mitsubishi Xpander Lewat Ragam Kegiatan X-MOC Indonesia .....	92
4.3.2. X-MOC Indonesia Sebagai Komunitas Merek Mitsubishi Xpander .....	95
4.3.3. Komunitas X-MOC Indonesia Sebagai Brand Advocate Mitsubishi Xpander .....	101
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>104</b>
5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>115</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	48
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data Kualitatif Menurut Miles dan Huberman.....	57
Gambar 4.1 Komunitas X-MOC.....	60
Gambar 4.2 Infografik Anggota X-MOC .....	62
Gambar 4.3 Tampilan situs resmi x-moc.id.....	64
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Komunitas X-MOC .....	65
Gambar 4.5 Stakeholder X-MOC .....	67
Gambar 4.6 Tarian Gandrung di JAMNAS ke-2 X-MOC 2022.....	69
Gambar 4.7 Para anggota mengikuti kegiatan JAMNAS ke-2 X-MOC 2022.....	70
Gambar 4.8 Mobil peserta lomba modifikasi dalam acara halalbihalal X-MOC 2022 .....	73
Gambar 4.9 Para petinggi komunitas di acara Halalbihalal X-MOC 2022 .....	74
Gambar 4.10 Logo GAJANTARA .....	77
Gambar 4.11 GAJANTARA episode-1 di Banyuwangi.....	77
Gambar 4.12 Peluncuran Mitsubishi New Xpander Cross di GIIAS 2022 .....	79
Gambar 4.13 Touring kemerdekaan X-MOC menuju GIIAS 2022 .....	80

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian-penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 2.2 MATRIKS SWOT KUALITATIF .....	45
Tabel 4.1 Analisis SWOT Komunitas X-MOC .....	91
Tabel 4 Tabel Observasi.....	143



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SURAT PENELITIAN .....	115
LAMPIRAN 2 DRAFT WAWANCARA .....	116
LAMPIRAN 3 TRANSKRIP WAWANCARA .....	118
LAMPIRAN 4 TABEL OBSERVASI .....	142
LAMPIRAN 5 CURICULUM VITAE.....	144

