

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Komunitas Motor CBR Club Indonesia Palembang dalam Membentuk Citra Positif Kepada Masyarakat. Club motor adalah sekelompok pengendara sepeda motor yang tergabung dalam paguyuban di lokasi-lokasi tertentu. Tanpa adanya tempat bersama untuk berbagi perasaan dan hati sebagai anggota suatu komunitas, maka ia bukanlah komunitas. Perkembangan komunitas sepeda motor Indonesia sedikit banyak telah mengubah nuansa, gaya hidup dan interaksi anak muda masa kini. Sebagai anak negeri yang cinta damai dan persaudaraan, mendapat tempat di komunitas sepeda motor memiliki banyak faktor positif, namun semuanya mengacu pada unsur yang menjadi asas misi. Namun secara keseluruhan, Indonesia berkembang komunitas bertujuan untuk menjalin persaudaraan dan persahabatan antara komunitas dan masyarakat. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Komunitas Motor CBR Club Indonesia Palembang dalam Membentuk Citra Positif Kepada Masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi lapangan, wawancara yang mendalam dan dokumentasi berupa foto, catatan, arsip tertulis lainnya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Teori Image Restoration (TIR)*. Hasil penelitian ini diketahui bahwa menurut Eko Rowiansyah sebagai ketua komunitas strategi yang dilakukan yaitu dengan melakukan interaksi kepada masyarakat melalui kegiatan bakti sosial dengan disebar melalui Media Cetak (Koran) dan Media Sosial (Instagram). Salah satu proses dalam mendekatkan komunitas motor CBR Club Indonesia Palembang yakni salah satunya dengan cara melakukan kepedulian sosial seperti membantu para korban bencana alam. Komunitas motor CBR turun langsung untuk membantu para korban. Tujuannya untuk menunjukkan terhadap masyarakat bahwa komunitas CBR ini memang baik dan peduli pada sekitar. kegiatan ini bertujuan untuk menjalin keakraban antar anggota dan keluarga anggota agar kelompok motor CBR Club Indonesia Palembang lebih dikenal dan diterima di masyarakat dengan baik.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunitas, Pembentukan Citra