

# Kajian Netnografi dalam Pembentukan Citra Tempat Berdasarkan Pendapat Masyarakat di Kawasan Golf Island, Pantai Indah Kapuk = Netnographic Study of Place Image Formation Based on Public Opinion in the Golf Island Area, Pantai Indah Kapuk

Giralda Selma Audina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920528283&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Branding suatu wilayah saat ini berjalan sangat dinamis, kompetitif, dan penting. Upaya untuk memasarkan potensi sebuah tempat kepada daerah lain adalah dengan strategi membangun merek (branding). Penelitian place branding di kawasan Golf Island menjadi sangat penting karena branding diperlukan untuk membantu memperkuat dan mengelola identitas tempat agar dapat menarik pengunjung, penduduk, dan investasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi persebaran citra tempat yang terbentuk berdasarkan pendapat masyarakat di Kawasan Golf Island. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode Netnografi. Netnografi merupakan metode yang secara khusus dirancang untuk mempelajari interaksi manusia dan komunitas online/daring. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kawasan Golf Island PIK sudah memiliki logo dan slogan yang menggambarkan karakteristik wilayahnya serta dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh kawasan tersebut dengan baik. Kawasan Golf Island juga memiliki berbagai macam arsitektur ikonik yang tersebar dengan fungsionalitas dan keunikannya masing-masing. Terdapat beberapa citra tempat yang terbentuk di Kawasan Golf Island, antara lain: "Pusat Kuliner", "Kawasan dengan Tempat/Pemandangan yang Baik", dan "Kawasan dengan Konsep/Desain Bangunan yang Baik" sebagai citra positif. "Kawasan Ramai" dan Kawasan Panas" sebagai citra negatif. Persebaran citra positif dan citra negatif yang dimiliki Kawasan Golf Island tersebar secara merata diseluruh Kawasan Golf Island. Place branding yang ada sesuai dengan citra tempat yang terbentuk. Hal ini terbukti dengan kesesuaian tema branding yang digunakan pengembang dengan citra yang terbentuk mengenai Kawasan Golf Island oleh pengunjung.

.....The branding of a region is currently undergoing dynamic, competitive, and significant changes. The effort to market the potential of a place to other areas is achieved through the strategy of building a brand. Place branding research in the Golf Island Area has become crucial because branding is necessary to strengthen and manage the identity of a place in order to attract visitors, residents, and investments. This study aims to identify the perception of the place formed based on the opinions of the community in the Golf Island. This research is a qualitative study conducted using the Netnography method. Netnography is a method specifically designed to study human interactions and digital communities. The results of this study indicate that the Golf Island PIK Area already has a logo and slogan that depict the characteristics of the region and effectively convey the desired message of the area. The Golf Island region also features a variety of iconic architecture spread throughout with their respective functionality and uniqueness. Several place images have emerged in the Golf Island region, including "Culinary Center," "Area with Good Places/Scenery," and "Area with Good Building Concepts/Designs" as positive images, while "Crowded Area" and "Hot Area" as negative images. The distribution of positive and negative place images in the Golf Island region is evenly spread across the entire area. The existing place branding aligns with the formed place images, as evidenced by the consistency between the branding theme used by developers and the

perception of the Golf Island region by visitors.