

## ABSTRAK

Komunitas merupakan salah satu pemangku kepentingan dalam membangun *branding* selain pemerintah dan swasta dengan menjadi media pendukung menyebarkan informasi mengenai *city branding* sesuai dengan ciri khas yang dimiliki komunitas. Komunitas Aleut merupakan salah satu komunitas yang ada di Bandung dengan berfokus pada wisata sejarah dan budaya dengan mengusung konsep *heritage walk* pada kegiatannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Komunitas Aleut dalam membangun pemahaman mengenai *city branding* Kota Bandung dengan menggunakan konsep *city branding*, *community based tourism* dan teori budaya organisasi. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus dan juga penggunaan *discourse network analysis* dan *visone* dalam proses analisis data. Dalam pengumpulan data melibatkan koordinator komunitas sebagai informan utama dan anggota komunitas sebagai informan pendukung serta seorang dosen sebagai informan ahli. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan Komunitas Aleut berperan sebagai pemerhati kota dan menciptakan regenerasi yang paham akan Kota Bandung.

Kata kunci: *city branding*, komunitas aleut, pemerhati kota, peran komunitas