

## **ABSTRAK**

Kajian ini fokus pada kajian identitas komunikasi bagi anggota komunitas MAXI Yamaha Bandung. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami persepsi tentang sebuah komunitas bermotor di kota Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode wawancara dan studi pustaka. Penelitian ini melihat aktivitas para anggota komunitas melalui identitas komunikasi para anggotanya. Hasil menunjukkan bahwa adanya kebudayaan dan norma didalam sebuah komunitas dalam menunjukan identitas dari komunitas tersebut. Penting untuk sebuah komunitas membuat kesepakatan antara anggota tentang apa yang ingin ditunjukkan kepada masyarakat

**Kata Kunci:** Persepsi, Komunitas, Identitas, Merek, Bermotor