

**STRATEGI BRANDING QUINLAND GROUP DALAM  
MENGEMBANGKAN CITRA PERUMAHAN MODERN DI BUMIAYU**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)



Oleh:

Dadang Ari Fradika

43220005

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PERADABAN**

**2024**

**STRATEGI BRANDING QUINLAND GROUP DALAM  
MENGEMBANGKAN CITRA PERUMAHAN MODERN DI BUMIAYU**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)



Oleh:

Dadang Ari Fradika

43220005

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PERADABAN**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Penelitian : Strategi Branding Quinland Group Dalam  
Mengembangkan Citra Perumahan Modern Di  
Bumiayu

Nama : Dadang Ari Fradika

NIM : 43220005

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui oleh pembimbing untuk mengikuti sidang skripsi.

Brebes, 17 September 2024

Pembimbing,



Ery Fajarwaty Priyono, S.S., M.A.

NIDN. 0607038503

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dadang Ari Fradika

NIM : 43220005

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

### **Strategi Branding Quinland Group Dalam Mengembangkan Citra Perumahan Modern di Bumiayu**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya terbukti benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjanannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan bila mana diperlukan.

Brebes, 17 September 2024

Saya yang menyatakan



Dadang Ari Fradika

NIM. 43220005


## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : STRATEGI BRANDING QUINLAND GROUP DALAM  
MENGEMBANGKAN CITRA PERUMAHAN MODERN DI  
BUMIAYU  
Nama : Dadang Ari Fradika  
NIM : 43220005


Skripsi ini telah dipertahankan dalam ujian skripsi pada : 25 September 2024,  
Pukul : 15.00 s/d 17.00 WIB, bertempat di Asrama 2 dan dinyatakan LULUS  
oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas Peradaban.

Selanjutnya skripsi ini DITERIMA dan DISAHKAN pada 19 Oktober 2024.

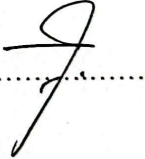
Ery Fajarwaty Priyono, S.S., M.A.  
NIDN. 0607038503

Pembimbing (.....)

Surahmadi, S.Hut., M.Si.  
NIDN. 0620027003

Penguji 1 (.....)

Aan Herdiana, S.Kom.I., M.Sos.  
NIDN. 0624018903

Penguji 2 (.....)



Rifqi Itsnaini Yusuf, S.Hum., M.A.  
NIDN. 0618098902

## **MOTTO**

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.” –  
(QS Al Baqarah 286)*

*“Usaha dan Keberanian tidak cukup tanpa adanya tujuan dan arah pencapaian”-  
Jhon F. Kennedy*

*“Gagal hanya terjadi jika kita menyerah”- B. J. Habibie*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, puji syukur diucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Branding Quinland Group dalam Mengembangkan Citra Perumahan Modern di Bumiayu.” Penulisan skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Peradaban Bumiayu.

Peneliti sadar akan masih adanya kekurangan maupun kekeliruan dalam penyusunan skripsi ini. Skripsi ini menjadi sebuah pembelajaran yang sangat amat berharga dalam hidup yang selalu mengambil hikmah dalam segala hal yang ditemui oleh peneliti. Peneliti tidak menolak kritik ataupun saran yang dapat membangun dari para pihak demi perbaikan di masa mendatang. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan rujukan penelitian selanjutnya.

Brebes, 29 Agustus 2024

Dadang Ari Fradika

NIM. 43220005

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam kesempatan ini peneliti ini menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara moril maupun materil. Karena itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak yang telah percaya kepada peneliti untuk melanjutkan pendidikan S1 (Strata 1) yang juga selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil selama peneliti melanjutkan pendidikan S1 sehingga skripsi ini bisa selesai. Ibu yang selalu mendoakan selalu mendukung untuk menyemangati selama proses penyelesaian skripsi. Serta seluruh keluarga peneliti yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah mendo'akan dan memberikan dukungannya.
2. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si selaku rektor Universitas Peradaban.
3. Bapak Rifqi Itsnaini Yusuf, S.Hum., M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Peradaban.
4. Bapak Aan Hedianna, S.Kom.I., M.Sos selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Peradaban.
5. Ibu Ery Fajarwaty Priyono, S.S., M.A selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dorongan dan arahan kepada peneliti dalam menyusun skripsi sampai selesai.
6. Bapak Surahmadi, S.Hut., M.Si selaku dosen penguji 1 dan Bapak Aan Hedianna, S.Kom.I., M.Sos. telah memberikan bimbingan, masukan, kritik, arahan, saran, dan dukungan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi.
7. Serta pada teman-teman program studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 yang namanya tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti mampu melewati masa-masa sulit. Tak lupa pula teman-teman tongkrongan yang selalu memberi dukungan untuk peneliti menyelesaikan skripsi ini.



8. Zaldy Musa Muzaky, S.E selaku CEO Quinland Group Bumiayu yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk meneliti Strategi Branding Quinland Group dalam mengembangkan citra perumahan modern di Bumiayu.
9. Lulu Nurul Azkiyah, S.I.Kom selaku Marketing Communication Manager Quinland Group Bumiayu sekaligus informan utama yang berpartisipasi dalam penelitian ini.
10. Kepada Manchester United selaku klub sepak bola favorit penulis. Terimakasih telah mengajarkan penulis tentang apa arti kesabaran dalam mencapai suatu tujuan, dan mengajarkan penulis untuk lebih menghargai sebuah proses. Dengan menonton Manchester United memberikan motivasi yang cukup kepada penulis untuk terus maju, berusaha, dan menerima arti kegagalan serta kehilangan sebagai proses penempaan menghadapi dinamika hidup. Terimakasih telah menemani penulis selama penulisan skripsi ini berlangsung.

Akhir kata, semoga apa yang telah mereka berikan bisa mendapatkan balasan yang lebih-lebih baik dari Allah SWT dan segala kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti kembali didapatkan berkali-kali lipat.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Kerangka konseptual.....	20
C. Kerangka Teori .....	35
D. Kerangka Pemikiran .....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	43
A. Paradigma Penelitian .....	43
B. Metode Penelitian .....	43
C. Pendekatan Penelitian .....	44
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data .....	44
F. Teknik Analisis Data .....	45
G. Teknik Validitas Data .....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Hasil Penelitian .....	49
B. Pembahasan .....	63

C. Analisis.....	94
BAB V PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kepemilikan Rumah Indonesia .....	5
Gambar 1.2 Data Komplek Perumahan di Kabupaten Brebes Tahun 2019.....	6
Gambar 2.1 Gambar Kerangka Pemikiran .....	42
Gambar 4. 1 Logo Quinland Group Bumiayu.....	49
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi .....	51
Gambar 4. 3 Desain Rumah Skandinavian .....	66
Gambar 4. 4 Desain Rumah <i>European Classic</i> .....	67
Gambar 4. 5 Logo Quinland Group Bumiayu.....	68
Gambar 4. 6 Bahan Material Bangunan di Quinland Village .....	70
Gambar 4. 7 <i>Underground Electricity</i> .....	71
Gambar 4. 8 Pelayanan kepada konsumen.....	72
Gambar 4. 9 Perkembangan Proyek di Media Sosial.....	73
Gambar 4. 10 Akun instagram Quinland Group Bumiayu .....	76
Gambar 4. 11 Akun Facebook Quinland Group Bumiayu.....	77
Gambar 4. 12 Akun TikTok Quinland Group Bumiayu .....	78
Gambar 4. 13 Akun YouTube Quinland Group Bumiayu .....	79
Gambar 4. 14 Brosur Quinland Group Bumiayu .....	80
Gambar 4. 15 <i>E-Flyer</i> Quinland Group Bumiayu.....	81
Gambar 4. 16 Banner Quinland Group Bumiayu.....	82
Gambar 4. 17 Umbul-umbul Quinland Group Bumiayu .....	83
Gambar 4. 18 Rontek Quinland Group Bumiayu .....	83
Gambar 4. 19 Baliho Quinland Group Bumiayu .....	84
Gambar 4. 20 Aldi Taher di Quinland Group Bumiayu.....	85
Gambar 4. 21 Atep di Quinland Group Bumiayu .....	86
Gambar 4. 22 Turnamen Quinland Cup 2024.....	87
Gambar 4. 23 Booth Pameran Quinland Group Bumiayu di GBF 2024 .....	89
Gambar 4. 24 Interaksi calon konsumen Quinland Group Bumiayu 2024 .....	89
Gambar 4. 25 Booth Expo di Rita Super Mall Purwokerto 2024 .....	91
Gambar 4. 26 Expo Quinland di Rita Super Mall Purwokerto 2024 .....	91
Gambar 4. 27 Fun Gowes Quinland di Purwokerto 2024.....	92
Gambar 4. 28 Pound With Quinland di Bumiayu 2024.....	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 4.1 Data Penjualan Tahun 2022 .....	62
Tabel 4.2 Data Penjualan Tahun 2023 .....	62
Tabel 4.3 Data Penjualan Tahun 2024 .....	63

## **ABSTRACT**

*As a society grows rapidly and needs housing, the people in the real estate business make this an effort to meet the needs of people. Quinland group earthayu, one of the housing developers in the earthayu district, brebes district that focuses on the modern settlement. This research aims to find out what branding of property business is done by our earthly quinland group. The branding strategy proposed by sicco van gelder in the study includes aspects of the brand positioning, brand identity, brand personality, and the communication brand. The paradigm used was the constructive paradigm. The study employs descriptive qualitative research methods. It uses data collection techniques for observation, interviews, and documentation. The analysis techniques used are miles and hubers-qualitative data descriptive analysis techniques, where it is stated that the activities in qualitative data analysis are interactive and go on and on. Studies have shown that the quinland group on earth adopted a branding strategy that includes the brand positioning: positioning itself as a housing developer that exhibits modern design and premium quality. Brand identity: name, logo and slogan. Brand personality: the quality of infrastructure and prompt service, friendly and professional. Brand communication: the use of social media, print media, electronic media, public figures or influencer and direct-marketing marketing that included football tournaments, fairs, expo, fun gowes, gymnastics.*

**Keywords:** *Branding Strategy, Sicco Van Gelder, Property.*

## ABSTRAK

Seiring bertumbuhnya masyarakat yang pesat dan membutuhkan tempat tinggal, para pelaku bisnis perumahan menjadikan kesempatan ini sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal masyarakat. Quinland Group Bumiayu, merupakan salah satu developer perumahan di Kecamatan Bumiayu, Kabupaten Brebes yang berfokus pada penyediaan hunian modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja strategi branding bisnis properti yang dilakukan oleh Quinland Group Bumiayu. Teori *branding strategy* yang dikemukakan oleh Sicco Van Gelder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi aspek *brand positioning*, *brand identity*, *brand personality*, dan *brand communication*. Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif data kualitatif Miles dan Huberman, di mana dinyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Quinland Group Bumiayu menerapkan strategi branding yang meliputi *brand positioning*: memposisikan diri sebagai developer perumahan yang mengedepankan desain modern dan kualitas premium. *brand identity*: makna nama, logo dan slogan. *brand personality*: kualitas infrastruktur dan pelayanan cepat tanggap, ramah dan profesional. *brand communication*: penggunaan media sosial, media cetak, media elektronik, bekerja sama dengan *public figure* atau *influencer* dan *direct-marketing* yang meliputi turnamen sepakbola, pameran, expo, *fun gowes*, senam.

**Kata kunci:** Strategi Branding, Sicco Van Gelder, Properti.