**ABSTRAK**

Penelitian ini berujudul “Poster *Friendly Bandung* SebagaiMedia Publikasi *City Branding* Kota Bandung”. *Friendly Bandung* merupakan bentuk implementasi untuk terwujudnya City Branding kota Bandung. Dalam menginformasikannya, media luar ruang “Poster” adalah salah satu media yang digunakan oleh *Friendly Bandung.* Maka dari itu peneliti menggunakan media tersebut sebagai subjek penelitian.

Penelitian ini bertujuan yang pertama untuk mengetahui bagaimana saja simbol-simbol yang ada pada dalam poster media luar ruang dilihat dari qualisign, sinsign, dan legisign, dan yang kedua untuk mengetahui Bagaimana objek yang dilihat dari icon, index, dan symbol pada poster media luar ruang *Friendly Bandung* , dan yag ketiga untuk mengetahui Bagaimana interpretasi poster media luar ruang Friendly Bandung dilihat dari rheme, dicisign dan argument, dan yang keempat untuk mengetahui Bagaimana Realita Sosial yang terbentuk oleh poster media luar ruang Friendly Bandung*.*

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, lalu menggunakan Teori yang digunakan adalah teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman dan teori semiotika C.S Peirce. Pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui wawancara mendalam, observasi serta dokumentasi. Penelitian dilaksanakan, kantor Nusae Design, sekitaran pasupati.

Hasil dari penelitian ini yang pertama adalah bagaimana Simbol-simbol yang ada pada dalam poster media luar ruang dilihat dari *Qualisign, Sinsign, dan legisign:*, *Qualisign* yang diambil didalam tulisan yang ada di poster *Friendly Bandung* yang menunjukan kuliatas isi pesan yang lembut, *Sinsignnya* isi pesan tersebut merupakan tanda-tanda yang menjadi tanda berdasarkan bentuk atau rupanya didalam kenyataan, *Legisign* bahwa masyarakat bandung baiknya bersikap lebih ramah dan bersahabat. Yang kedua bagaimana Objek yang dilihat dari Icon, Index, dan Symbol pada poster media luar ruang *Friendly Bandung. Icon* Logo di poster *Friendly Bandung* menggunakan penggambaran dragmatif. *Index* didalamnya awalnya mengacu pada kenyataan orang Bandung yang ramah yang suka tersenyum. Yang ketiga bagaimana Interpretasi poster media luar ruang Friendly Bandung dilihat dari *rheme, dicisign dan argumen. Rheme* poster tersebut menafsirkan berdasarkan pilihan ya seperti orang yang sedang tersenyum. *Dicisign* kenyataan maka tanda tersebut merupakan ramahnya orang Bandung. *Argument* penilaian orang Bandung oleh khalyak luas. Yang keempat bagaimana Realita Sosial yang terbentuk oleh poster media luar ruang Friendly Bandung. interaksi yang intens melalui poster media luar ruang *Friendly Bandung* menciptakan realita bahwa kota Bandung itu ramah.

*ABSTRACT*

*This study entitled "Poster Friendly Bandung For Media Publications City Branding Bandung". Friendly Bandung is a form of implementation for the realization of City Branding Bandung. In informing, outdoor media "Poster" is one of the media used by Friendly Bandung. Thus the researchers used the media as a research subject.*

*This study aims first to find out how just symbols that exist on the poster outdoor media viewed from qualisign, sinsign, and legisign, and the second to know how the object is viewed from the icon, index, and symbol on posters outdoor media friendly Bandung, and third yag to know how the interpretation of posters outdoor media friendly Bandung seen from Rheme, dicisign and argument, and the fourth to know how Social Reality formed by posters outdoor media friendly Bandung.*

*The method used in this study is a qualitative research, then use the theory used is the theory of social construction of Peter L. Berger and Thomas Luckman and semiotic C.S Peirce. Data collection was conducted through interviews, observation and documentation. The research was conducted, office Nusae Design, Pasupati Area.*

*The results of this study the first is how the symbols that exist in the outdoor media poster seen from Qualisign, Sinsign, and legisign :, Qualisign taken in writing in Bandung Friendly poster that shows the contents of the message kuliatas soft, Sinsignnya contents the message is a sign that a sign based on the shape or apparently in fact, that the community bandung Legisign good idea to be more welcoming and friendly. The second is how the object is viewed from Icon, Index and Symbol in the outdoor media poster Friendly Bandung. Icon logo in Bandung Friendly poster using dragmatif depiction. Index therein originally referred to the fact Bandung friendly person who likes to smile. The third is how Interpretation posters outdoor media Friendly Bandung seen from Rheme, dicisign and arguments. The poster Rheme interpret based selection yes like someone who is smiling. Dicisign the fact that the sign is ramahnya the Bandung. Argument votes by khalyak the Bandung area. The fourth how Social Reality formed by posters outdoor media Friendly Bandung. intense interaction through posters outdoor media Bandung Friendly creates reality that Bandung was friendly.*

**RINGKESAN**

Ulikan ieu dijudulan "Poster Friendly Bandung Pikeun Media Publikasi City Branding Bandung". Friendly Bandung nyaéta hiji wangun palaksanaan pikeun realisasi tina City Branding Bandung. Dina informing, média outdoor "Poster" mangrupa salah sahiji media nu digunakeun ku Friendly Bandung. Ku kituna panalungtik ngagunakeun media salaku subjék panalungtikan.

Ulikan ieu boga tujuan kahiji pikeun manggihan kumaha simbol ngan nu aya dina poster media outdoor ditempo ti qualisign, sinsign, sarta legisign, sarta kadua nyaho kumaha obyék kasebut ditempo ti ikon, indéks, jeung simbol dina onjoy media outdoor friendly Bandung, jeung yag katilu nyaho kumaha interpretasi tina onjoy media outdoor friendly Bandung ditempo ti Rheme, dicisign jeung argumen, jeung kaopat nyaho kumaha kanyataanana Sosial dibentuk ku onjoy media outdoor friendly Bandung.

Metodeu dipaké dina ulikan ieu mangrupa panalungtikan kualitatif, teras pake téori dipaké nyaéta téori konstruksi sosial Peter L. Berger jeung Thomas Luckman jeung sémiotik C.S Peirce. kumpulan Data ieu dipigawé ngaliwatan wawancara, observasi jeung dokuméntasi. panalungtikan ieu dilakukeun, kantor Nusae Desain, Pasupati Area.

Hasil ulikan ieu kahiji kumaha simbol nu aya dina poster media outdoor ditempo ti Qualisign, Sinsign, sarta legisign:, Qualisign dicokot dina tulisan di Friendly Bandung poster nu mintonkeun eusi talatah kuliatas lemes, eusi Sinsignnya talatah mangrupa tanda yén tanda dumasar kana bentuk atawa tétéla dina kanyataan, yen masarakat bandung Legisign ide nu sae pikeun leuwih welcoming jeung friendly. Nu kadua kumaha obyék kasebut ditempo ti Ikon, Index jeung Lambang dina poster media outdoor Friendly Bandung. logo ikon di Friendly Bandung poster ngagunakeun Gambaran dragmatif. Index therein asalna disebut kanyataan Bandung jalma friendly anu diaku ka seuri. Nu katilu kumaha Interpretasi onjoy media outdoor Friendly Bandung ditempo ti Rheme, dicisign jeung alesan. Nu poster Rheme napsirkeun pamilih dumasar enya kawas batur anu mesem. Dicisign kanyataan yén tanda téh ramahnya Bandung. Argumen sora ku khalyak wewengkon Bandung. Nu kaopat kumaha kanyataanana Sosial dibentuk ku onjoy media outdoor Friendly Bandung. interaksi sengit ngaliwatan onjoy outdoor media Bandung Friendly nyieun kanyataanana yen Bandung ieu friendly.