

Peran kompetensi dalam penyampaian pesan melalui personal branding studi kasus terhadap vicky prasetyo = Role of competence in the delivery of messages through personal branding case study on vicky prasetyo / Jaelussyahadat Jalalain

Jaelussyahadat Jalalain, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404606&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Ilmu hubungan masyarakat beserta cabang ilmu komunikasi yang lain dalam usahanya membuat proses komunikasi menjadi efektif terlalu berpusat pada pembuatan isi pesan dan kurang memperhatikan faktor-faktor lain dalam berkomunikasi. Artikel ini menjelaskan faktor dalam penyampaian pesan yang mempengaruhi personal branding. Kasus yang diangkat adalah Vicky Prasetyo yang terjadi pada akhir tahun 2013 lalu, yang pada saat itu berusaha menyampaikan pesan melalui kegiatan personal branding dengan menggunakan gaya dan bahasa yang unik. Terdapat perbedaan reaksi dari masyarakat sebagai penerima pesan terhadap Vicky sebagai pengirim pesan, walaupun pesan yang disampaikan sama.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan teknik analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kompetensi di dalam personal brand memegang peranan penting terhadap keberhasilan penyampaian pesan melalui personal branding. Vicky Prasetyo dianggap belum memiliki kompetensi oleh sebagian masyarakat yang memberikan reaksi negatif, sementara ia dianggap sudah memiliki kompetensi oleh sebagian masyarakat lain yang memberikan reaksi positif.

ABSTRACT

Public relations science and other branches of communication science in the attempt to make the communication process effective become too focused on making the content of the message and giving less attention to other factors in communication. This article describes factors that affect the delivery of messages in personal branding. Case in point is Vicky Prasetyo that occurred at the end of 2013, which at the time was trying to convey a message through personal branding by using a unique style and language. There are differences in the reaction from the community as a recipient of the message to Vicky as the sender of the message, even though the same message delivered.

This study uses a case study method with content analysis techniques. The results showed that the dimension of competence in personal brand plays an important role for the success of the delivery of messages through personal branding. Vicky Prasetyo deemed not to have competence by some people who give negative reactions, while he considered to own competence by some others that give positive reactions.