

Pengaruh Vlog Terhadap Brand Personality dan Brand Trust Politisi (Studi Eksperimen Perbandingan Brand Personality dan Brand Trust Basuki Tjahaja Purnama dengan Menonton Vlog Sebagai Perlakuan) = The Effect of Vlogging to Brand Personality and Brand Trust Politicians (An Experimental Study of Brand Personality and Brand Trust of Basuki Tjahaja Purnama by Watching Vlog as Treatment)

Alan Dermawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920531269&lokasi=lokal>

Abstrak

Kontestasi politik dewasa ini umum mengadopsi strategi pemasaran, sehingga aktor politik dituntut mempunyai brand sebagai identitas personal layaknya brand produk atau jasa. Ketika politisi tersandung sebuah kasus atau skandal, aset-aset brand yang dimiliki olehnya dapat dikelola ulang untuk melanjutkan karir politiknya. Brand personality dan brand trust dapat menjadi jalur pembuka untuk kembali menjalin hubungan dengan khalayak. Perumusan brand personality dapat menjadi kunci untuk memperlihatkan perubahan kepribadian politisi, sementara brand trust penting bagi aktor politik untuk mengidentifikasi tingkat kepercayaan masyarakat kepada dirinya. Basuki Tjahaja Purnama adalah politikus yang kembali terjun ke dunia politik setelah menjadi terdakwa kasus penistaan agama pada tahun 2017. Basuki dikenal sebagai pribadi yang kompeten, namun ia juga dikenal temperamen dan gaya bicaranya yang cenderung keras dan blak-blakan. Setelah bebas dari penjara, Basuki mengklaim bahwa dirinya telah berubah menjadi pribadi yang lebih baik. Selain mengubah nama brand miliknya dari “Ahok” menjadi “BTP”, Basuki juga membuat kanal Youtube berisi konten-konten vlog untuk menyiarkan perubahan dirinya tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha melihat perbedaan brand personality dan brand trust terhadap Basuki di benak masyarakat dengan metode eksperimen. Vlog Basuki digunakan menjadi perlakuan kepada subjek eksperimen untuk melihat perbedaan tersebut. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan desain eksperimen tulen (true experimental design). Peneliti membagi 68 responden ke dalam 2 kelompok penelitian, yaitu kelompok eksperimen dengan perlakuan menonton vlog dan kelompok kontrol dengan perlakuan membaca artikel media daring. Eksperimen dilakukan secara daring, dan data yang diperoleh dianalisis dengan Uji Wilcoxon Signed Rank Test. Hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada rata-rata penilaian brand personality dan brand trust di kelompok eksperimen, sementara di kelompok kontrol perbedaan yang signifikan hanya ada pada rata-rata penilaian brand personality. Dalam kelompok eksperimen, vlog secara khusus memberikan perubahan signifikan pada aspek kepribadian Basuki yang bermental positif (wholesome), berani mencoba hal baru (daring), bersemangat (spirited), dan cerdas (intelligent). Di sisi lain pada variabel brand trust, vlog secara khusus memberikan perubahan signifikan pada dimensi integritas (integrity).

.....Politicians have been adopting marketing strategies to win an election, and it is required for them to have a ‘brand’ as their personal identities. When a politician has been sentenced for a criminal case or scandal, they can re-manage their brand assets to continue their political career. His/her brand personality and brand trust are ones of the brand aspects that needs to be re-managed to maintain relationship with the voters. The formulation of brand personality can be crucial to showing changes of their personality, while brand trust is important for political actors to identify the level of public trust in them. Basuki Tjahaja Purnama has

returned to politics two years after being accused of religious blasphemy in 2017. Basuki is known as competent, but he is also known for his bad temperament and bad speaking style. After being released from prison, Basuki claims that he has changed into a better person. In addition, he changes his name from "Ahok" to "BTP", Basuki also creates a Youtube channel containing vlog contents to broadcast his changes. Therefore, this study seeks to the differences of brand personality and brand trust of Basuki in the eyes of the people using experimental method. Basuki's vlog is used as a treatment for experimental subjects to see these differences. This research is conducted with a quantitative approach and uses the true experimental design. Researcher divides 68 respondents into 2 research groups, the experimental group with watching vlog as a treatment and the control group with reading news from online media as a treatment. The research is conducted online, and the data are analyzed using the Wilcoxon Signed Rank Test. The result of the Wilcoxon Signed Rank Test shows that there is a significant difference in the average score of brand personality and brand trust in the experimental group, while in the control group there is only a significant difference in brand personality score. In the experimental group, vlog specifically gives significant changes to these personalities of Basuki: wholesome, daring, spirited, and intelligent. As in the brand trust, vlog particularly provides a significant change in the dimension of integrity.