

## ***Personal Branding Anouncer Radio di Bandung***

<sup>1</sup>Aghnia Nur Ilmi Widhia Sari Lubis, <sup>2</sup>Maman Suherman

<sup>1,2</sup>*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

e-mail: [1aghnianurilmi@gmail.com](mailto:1aghnianurilmi@gmail.com).

**Abstract:** Personal branding is a strong and clear image which is exist in someone mind about her or his self. There are three important aspects of personal branding his or her self, promises, and relationship. Personal branding itself might be a habit which is often done by people in Indonesia, it dosen't different by gender, man or woman. Everyone do the personal branding. The observatory use kualitatif experimental design with an approachment of studycase. The observatory gathered, mannered and analysed the factual data systematically about "Personal Branding of Radio Announcer in Bandung" which is gain from Iqbal Ramadhan and Vivie Novidia, so that we can make a relevant conclusion with the problem of personal branding of radio announcer in Bandung, through observations and library studies. The observator gain that from of personal branding which had done of radio announcer through the observations of personal branding. There are existencion, improve self confidence and self competention.

**Keywords :** Personal Branding, Eksistencion, Improve self confidence, self competention

**Abstrak.** *Personal branding* adalah *image* yang kuat dan jelas yang ada di benak seseorang mengenai diri sendiri, tiga aspek penting *personal brand* tersebut adalah anda sendiri, janji dan hubungan. *Personal Branding* mungkin memang sudah menjadi kebiasaan yang sering dilakukan oleh banyak orang di Indonesia, tidak memandang jenis kelamin baik pria maupun wanita semuanya melakukan *personal branding* . Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis secara sistematis data faktual mengenai *Personal Branding* Penyiar Radio Bandung yang diperoleh dari Iqbal Ramadhan dan Vivie Novidia, sehingga dapat mengambil kesimpulan yang relevan dengan permasalahan *Personal Branding* Penyiar Radio Bandung, dengan cara melakukan wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memperoleh bentuk *personal branding* yang dilakukan oleh penyiar radio dalam *branding* diri yang dilakukan. Di antaranya adalah eksistensi, meningkatkan kepercayaan diri, dan kompetensi diri.

**Kata Kunci :** Personal Branding, Eksistensi Diri, Kepercayaan Diri, Kompetensi Diri

### **A. Pendahuluan**

Iqbal Ramadhan adalah salah satu penyiar radio Ardan yang berada di kota Bandung dengan bersegmentasikan anak muda. Dalam membawakan program radio, Iqbal Ramadhan memiliki ciri khas atau keunikan dari caranya bersiaran. Mulai dari tampilan secara fisik dan gaya bahasa yang membuat Iqbal Ramadhan terlihat berbeda dari penyiar-penyiar radio lainnya. Gaya bahasa yang digunakan Iqbal Ramadhan mempunyai ciri khas, setiap pembukaan program acara yang dibawakan selalu dengan kata-kata atau kalimat-kalimat lucu, semangat, gombalan, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukannya untuk membangun *image* dirinya di kalangan pendengar, suaranya yang mempunyai karakter sehingga pendengar dapat mengetahui bahwa itu adalah Iqbal Ramdhan. Selain itu juga penampilan yang menarik membuat pendengar yang main ke radio Ardan melihat seorang *figure* Iqbal Ramadhan yang memiliki ciri khas dalam tampilan fisiknya dan cara bersiarannya. Penyiar radio di Kota Bandung banyak sekali, tetapi apa yang membuat Iqbal Ramadhan lebih dikenal masyarakat terutama di kalangan anak muda dari segi siarannya, yaitu ciri khas suaranya saat bersiaran penuh dengan semangat tetapi saat pemutaran lagu selalu lagu-lagu *mellow*, kata-kata *punch-*

*line* dan terkadang membuat pendengarnya berfikir dari maksud kata-kata tersebut dan dari segi penampilan mulai dari potongan rambut dan bibirnya yang dikenal dengan sebutan “bibir *sexy*”. Dengan demikian secara tidak langsung masyarakat mempunyai persepsi dan tanggapan tentang Iqbal Ramdhan yang telah membranding dirinya dengan keahlian yang dimiliki serta melalui alat media massa yaitu radio.

Selain itu juga penyiar radio Hard Rock Bandung yaitu Vivie Novidia, suaranya yang serak membuat dia terlihat *sexy* saat bersiaran. Suaranya memiliki ciri khas serta kehebohan saat bersiaran membuat pendengar senang mendengarkan saat Vivie Novidia bersiaran. Vivie Novidia dikenal sosok yang penuh dengan semangat ini sudah lama menjalani karir sebagai penyiar radio. Berawal dari sekedar hanya mencoba untuk menjadi penyiar radio dengan kemampuan berbahasa asing yang sangat lancar adalah modal utama Vivie Novidia menjadi penyiar. Untuk menjadi seorang penyiar haruslah mempunyai tehnik dalam bersiaran, hal ini membuat Vivie Novidia berlatih dan berlatih terus untuk membuat ciri khas suara yang dimilikinya saat ini. Sehingga sampai saat ini Vivie Novidia berkarir didunia penyiaran membuatnya banyak dikenal dengan public. Terkenalnya nama Vivie Novidia membuatnya peluang bisnis dengan membuka sekolah kursus penyiar radio, penyiar televisive, *public speaking* dan *master ceremony* di Kota Bandung.

*Personal branding* yang dilakukan oleh Iqbal Ramadhan dan Vivie Novidia mendapatkan hasil yang baik. Seperti banyaknya kontrak kerja menjadi MC dengan acara *brand-brand* yang sudah terkenal, membawakan sebuah program acara TV lokal, dan banyaknya relasi yang mengetahui *skill* dan kemampuan cara Iqbal Ramadhan dan Vivie Novidia dalam melakukan pekerjaannya. Seseorang yang mempunyai keahlian dalam bidangnya lalu dapat membranding dirinya melalui kemampuan yang dimiliki. Salah satu yang memiliki keahlian di bidangnya adalah seorang penyiar radio, yang secara tidak langsung dapat membranding dirinya melalui media massa. Penyiar adalah seorang yang menyebarluaskan informasi tentang sesuatu yang terjamin akurasi dengan menggunakan media massa dengan tujuan untuk diketahui oleh pendengarnya, dilaksanakan, dituruti, dan dipahami. Seperti penyiar radio atau yang dikenal dengan *announcer* adalah seseorang yang menyiarkan informasi dengan cara merangkai acara dan melakukan bentuk suasana, menimbulkan semangat, dengan mengandalkan kemampuan berbicara melalui radio siaran secara langsung ataupun tidak langsung. Penyiar radio merupakan bagian dari siaran itu sendiri, di samping fungsinya yang terkadang bertindak seperti produser atau pengarah acara pada saat-saat tertentu di sebuah stasiun radio siaran. Saat ini kegiatan, aktifitas, kelakuan, dan semua hal yang berhubungan dengan diri sendiri merupakan cerminan siapa dirinya. Kegiatan dan kelakuan yang dilakukan selama beberapa waktu akhirnya menimbulkan karakter ataupun keahlian yang baik di mata publik. Hal ini dinamakan *personal branding*. *Personal branding* adalah proses di mana orang-orang dan karir mereka ditandai sebagai merek. Sementara teknik manajemen swadaya sebelumnya adalah tentang perbaikan diri, konsep *personal branding* menunjukkan sebaliknya bahwa kesuksesan data dari diri yang dikemas. *Personal branding* merupakan tentang pengaruh kemampuan untuk mempengaruhi keputusan. . Keuntungan menjadi *Great Personal Brand* :

1. Menjadi “*top of mind*”
2. Menempatkan diri sebagai *leadership*
3. Meningkatkan wewenang dan kepercayaan dalam keputusan
4. Membuat mencapai tujuan

5. Meningkatkan prestis
6. Mendapatkan pengakuan

*Personal branding* dilakukan untuk membuat suatu persepsi yang efektif bagaimana orang lain memandang individu tersebut. Dengan memiliki *personal branding* yang kuat menjadikan aset yang sangat penting untuk kehidupan.

Pada saat ini *personal branding* merupakan kunci kesuksesan setiap individu, untuk membangun dan menghasilkan citra diri yang berkualitas di mata masyarakat. Dalam melakukan *personal branding* tujuannya adalah untuk memfokuskan diri terhadap pencapaian target *market* dan membentuk persepsi khalayak terhadap seseorang. Fungsi dari *personal branding* ini adalah membuat nama diri menjadi sebuah produk yang berbeda dibandingkan pesaing, serta menarik lebih banyak klien yang menguntungkan, dan membantu mempertahankan klien utama sekalipun bisnis bagi setiap orang.

#### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui cara Iqbal Ramadhan dan Vivie Novidia meng-eksistensikan dirinya
2. Untuk mengetahui upaya Iqbal Ramadhan dan Vivie Novidia meningkatkan kepercayaan diri sebagai penjiar

Untuk mengetahui Iqbal Ramadhan dan Vivie Novidia meningkatkan kompetensi sebagai penjiar.

#### B. Landasan Teori

Interaksi simbolik merupakan salah satu metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Dalam landasan teori ini sangat cocok dengan masalah yang diteliti yaitu *Personal Branding Announcer* Radio di Bandung. Interaksi simbolik pada intinya menjelaskan tentang kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia bersama dengan orang lain menciptakan dunia simbolik dan bagaimana cara dunia membentuk perilaku manusia. (Ralph Larossa dan Donald C. Reitzes:1993). Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia mengenai diri dan hubungannya ditengah interaksi social dan bertujuan untuk memediasi serta menginterpretasi makna di tengah masyarakatdimana indivisu menetap. (Douglas:1970). *Personal branding* merupakan kata yang sudah tidak asing lagi untuk didengar. *Personal branding* merupakan factor yang telah melekat didalam diri setiap individu. Pembentukan tersebut terjadi dalam proses interaksi yang dilakukan setiap individu dengan individu lainnya. Di mana *personal branding* berkolerasi dengan komunikasi yang dilakukan serta dari proses tersebut nantinya dimanfaatkan dalam dunia kerja. *Personal branding* didefinisikan menjadi “suatu hubungan dan bukan sekedar persoalan citra yang terencana, kemasan yang menarik, slogan-slogan yang menusuk, serta menyembunyikan keadaan yang sesungguhnya melainkan hubungan yang khusus yakni hubungan yang melibatkan sejenis kepercayaan, yang hanya terjadi ketika dua orang meyakini adanya suatu hubungan melalui sistem-sistem nilai mereka sendiri”. (McNally & Speak, 2004 : 4). Montoya (2009) *personal branding* adalah *image* yang kuat dan jelas yang ada di benak klien anda mengenai diri anda sendiri, tiga aspek penting *personal brand* tersebut adalah anda sendiri (*you*), janji (*promise*) dan hubungan (*relationship*). Nurzal (2009) *personal branding* proses di mana anda dipandang sebagai sebuah *brand* (merek) oleh *target market* anda. Beberapa formula untuk membentuk *personal branding* yang kuat :

1. *Personal branding* yang kuat membutuhkan perencanaan prospek siapa saja dan di mana saja dalam memberikan layanan. Target market ini bisa berupa lokasi secara geografis, *lifestyle*, pendapatan, *gender*, pekerjaan, dan umur.
2. Menjadi spesialis dalam bidang yang dikuasai.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman mengenai eksistensi, kepercayaan diri, dan makna dari *personal branding* yang dilakukan oleh para penyiar radio di Bandung. Pemilihan jumlah informan tidak ditentukan secara kaku dari awal melainkan dari sejauh mana para informan yang dipilih dapat merepresentasikan untuk mewakili subjek yang ada di lapangan dalam hal ini adalah para penyiar radio yang sudah memiliki pengalaman yang lebih ketimbang penyiar yang berada di Bandung pada umumnya.

Eksistensi biasanya dijadikan sebagai acuan pembuktian diri bahwa kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan seseorang dapat berguna dan mendapat nilai yang baik di mata orang lain. Contoh di dalam lingkup sekolah misalnya, eksistensi seorang siswa yang rajin akan selalu diingat oleh pengajar dan lebih terlihat menonjol dibandingkan dengan siswa yang malas belajar. Selain itu, eksistensi juga dianggap sebagai sebuah istilah yang bisa diapresiasi kepada seseorang yang sudah banyak memberi pengaruh positif kepada orang lain. Kriteria penyiar yang baik adalah penyiar yang bisa disiplin waktu dalam artian selalu tepat waktu akan jadwal yang dimilikinya hal itu menggambarkan pribadi seorang penyiar yang bertanggung jawab akan tugasnya. Selain itu kriteria penyiar yang baik menurut informan adalah penyiar yang memberikan atau menyajikan informasi yang positif sehingga secara tidak langsung mengajak para pendengarnya melakukan hal-hal yang positif karena tersugesti oleh penyiar idolanya serta memberikan yang terbaik bagi stasiun radio dan para pendengar. Memiliki karakter yang berbeda dari penyiar lain juga termasuk kriteria penyiar yang baik bagi para informan. Selain itu penyiar yang baik harus memiliki kesiapan dan ketanggapan dalam bertugas seperti misal ada acara yang harus ditangani tetapi tugas tersebut bukanlah bidang keahlian informan mau tidak mau harus tetap bersedia dan bisa membawakan acara tersebut dengan baik. Selanjutnya kriteria penyiar yang baik bagi informan adalah penyiar yang bisa menjadi panutan bagi setiap orang yang selalu intropeksi setiap kejadian yang dialami sehingga menuntut penyiar agar menjadi lebih baik dan lebih baik lagi. Para informan mengaku bahwa mereka telah menjadi wajah atau *brand* radio tempat mereka siaran seperti misal ketika para informan tidak sedang bertugas dan memakai pakaian bukan seragam mereka orang-orang tetap mengetahui bahwa informan adalah penyiar radio di mana mereka biasa siaran. Sosialisasi menunjuk pada semua faktor dan proses yang membuat setiap manusia menjadi selaras dalam hidupnya di tengah-tengah masyarakat. Seorang anak dikatakan telah melakukan sosialisasi dengan baik, apa bila ia bukan hanya menampilkan kebutuhan sendiri saja, tetapi juga memerhatikan dan tuntutan orang lain. Sosialisasi erat sekali kaitannya dengan enkulturasi atau proses pembudayaan, yaitu suatu proses belajar seorang individu untuk belajar mengenal, menghayati, dan menyesuaikan alam pikiran serta sikapnya terhadap sistem adat, nilai, sikap, keterampilan-keterampilan, dan norma, serta semua peraturan dan pendirian yang hidup dalam lingkungan kebudayaan masyarakatnya. Berbagai cara yang dilakukan oleh Iqbal Ramadhan dan Vivie Novidia dalam mengekskiskan dirinya guna *membranding* diri mereka masyarakat adalah dengan

cara memilih dunia penyiaran karena pada awalnya informan memiliki keinginan untuk terjun ke dunia *entertainment* karena informan beranggapan bahwa dunia penyiaran mungkin saja langkah awal dirinya untuk terjun ke dunia *entertainment* dan bisa saja menjadi artis yang terkenal. Selain itu juga alasan informan menjadi penyiar adalah untuk merintis karir demi membahagiakan orang tua mereka walaupun kegiatan bersiaran di radio sangat padat sehingga kuliah menjadi terganggu.

Kepercayaan diri (*self confidence*) merupakan modal utama seseorang, khususnya remaja untuk mencapai kesuksesan. Orang yang mempunyai kepercayaan diri berarti orang tersebut sanggup, mampu, dan meyakini dirinya dapat mencapai prestasi maksimal. Melihat begitu pentingnya kepercayaan diri, akan di jelaskan mengapa sangat penting dimiliki para penyiar? Berikut ini akan di jelaskan mengenai hal-hal yang terkait dengan kepercayaan diri yang menyangkut dengan *membranding* diri seorang informan. Berdasarkan wawancara mengenai kepercayaan diri dalam *membranding* diri para informan didapatkan penjelasan bahwa para informan melakukan usahanya seperti dengan rajin-rajin belajar hal ini berarti belajar berkomunikasi dengan sesama dan mencari informasi agar setiap kita diajak berbicara kita tahu arah pembicaraannya, rajin-rajin berdoa, serta rajin makan dan rajin berkomunikasi dengan orang lain agar timbul rasa percaya diri. Selain itu penampilan seperti baju yang digunakan dan penampilan wajah juga sangat berpengaruh untuk meningkatkan kepercayaan diri para informan, karena dari penampilan orang lain dapat melihat kualitas yang dimiliki oleh para informan. Untuk itu penampilan adalah salah satu hal terpenting dalam meningkatkan kepercayaan diri bagi para informan.

Kompetensi adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Kompetensi sebagai kemampuan seseorang untuk menghasilkan pada tingkat yang memuaskan di tempat kerja, juga menunjukkan karakteristik pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki atau dibutuhkan oleh setiap individu yang memampukan mereka untuk melakukan tugas dan tanggung jawab mereka secara efektif dan meningkatkan standar kualitas profesional dalam pekerjaan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan informan terkait dengan kompetensi diri para informan sebagai penyiar radio penulis mendapatkan informasi bahwa para informan menunjukkan bahwa dirinya memiliki kompetensi yang baik dengan cara memberikan yang terbaik untuk para pendengarnya dan mampu bersaing dengan para penyiar lain dengan cara menonjolkan kelebihan masing-masing sehingga para pendengar dapat menilai secara langsung. Selain itu para informan selalu menetapkan target dalam setiap tugas yang di jalannya agar bisa menjadi pacuan semangat bagi para informan. Menambahkan jam terbang dan pengalaman juga menjadi salah satu cara untuk mengasah kompetensi diri yang dimiliki, jika terus diasah akan timbul rasa tidak takut tersaingi oleh pesaing-pesaing yang akan berdatangan karena akan timbul rasa mampu untuk mengerjakan tugas yang diberikan dengan memberikan hasil yang terbaik. Berikut ini akan di jelaskan bagaimana para informan *membranding* dirinya lewat mengembangkan kompetensi diri yang mereka miliki. Berdasarkan hasil wawancara yang terkait dengan mengasah kompetensi sebagai salah satu cara *membranding* diri dapat didapatkan informasi bahwa informan mempromosikan atau *membranding* diri mereka dengan cara memanfaatkan teknologi *social media* yang sudah semakin canggih dengan hanya mengupload foto tentang kegiatan ataupun memberikan brosur digital di dalam *social media* yang berisikan kapan dan di mana para informan akan melakukan siaran baik *off air* maupun

*on air* dengan demikian para pendengar bisa mengetahui kapan dan di mana penyiar kesayangan mereka akan mengudara. Selain itu cara untuk membranding diri mereka dengan cara membuat komunitas atau *fan page* sehingga para penggemar bisa langsung bertatap muka dan melihat langsung seperti apa orang yang diidolakan oleh mereka jadi para informan bisa mendapatkan penilaian langsung dari para penggemarnya. Cara bagi para informan guna membedakan diri atau membuat pandangan yang berbeda di mata masyarakat di antara para penyiar-penyiar lainnya adalah dengan menonjolkan karakter-karakter dari diri masing-masing informan karena menurut para informan karakter setiap orang berbeda-beda sehingga hal ini bisa menjadi ciri khas atau sebagai pembeda penyiar satu dengan penyiar yang lainnya. Gender pun bisa menjadi salah satu identitas untuk membedakan diri dengan para penyiar lainnya. Media yang digunakan oleh para informan seperti radio bisa membantu tampil beda dengan penyiar lainnya dapat didapat informasi bahwa radio sangat berpengaruh bagi informan dalam segala hal, bahkan jika pendengar ingin menjadi seorang penyiar kesayangan mereka, mereka bisa mendapatkan informasi tentang gaya dan karakter penyiar kesayangan mereka lewat radio. Dari segi pendapatan pun bisa mempengaruhi tampilan bagi para informan karena setiap stasiun radio memberikan bayaran yang berbeda-beda untuk para penyiarnya. Tidak ada batasan umur untuk menjadi idola atau dapat dikenal oleh orang banyak yang terpenting adalah pribadi kita yang harus bisa diajak berbicara dan bisa diajak berteman hal itu adalah modal utama bagi orang untuk bisa menjadi idola atau banyak dikenal oleh orang. Namun sebaiknya karir menjadi penyiar dimulai ketika masih remaja karena dimasa remaja otak masih berjalan dengan baik sehingga ide-ide kreatif akan sering muncul sehingga akan meningkatkan rating dan memperluas pangsa pasar.

#### **D. Kesimpulan**

Setelah melakukan analisis yang bertolak pada fokus penelitian yaitu “*Personal Branding Announcer Radio Bandung*” Proses dimana seseorang dan karirnya dimerekkkan sebagai suatu *brand*. *Brand* sendiri dapat diartikan sebagai penyimbolan segala sesuatu yang berhubungan dengan informasi mengenai suatu perusahaan, produk atau jasa disebut dengan *Personal Branding*. Layaknya *branding* suatu produk, *personal branding* bertujuan membanfun asosiasi dan harapan konsumen terhadap diri kita. Kalau selama ini yang banyak orang ketahui jika mendengar kata “menjual” selalu berkaitan dengan produk baik barang atau jasa, namun banyak orang yang tidak mengetahui bahwa teknik menjual atau mempromosikan itu tidak terletak hanya pada barang dan jasa tetapi juga terdapat pada diri seseorang yang disebut *personal branding*.

##### 1. Eksistensi

Manusia berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepatnya eksistensi diri. Bila kita berdiam diri, orang lain akan memperlakukan kita seolah-olah kita tidak eksis dengan kata lain tidak dihiraukan dan tidak sadar akan keberadaan kita. Namun jika kita berbicara, kita menyatakan bahwa sebenarnya kita ada orang lain akan menganggap, mendengar bahkan memperhatikan kita. Eksistensi merupakan sesuatu yang sifatnya individual sehingga bisa ditentukan oleh masing-masing individu, hal ini juga dikarenakan setiap orang memiliki keunikan yang berbeda satu dengan yang lain Sehingga setiap orang yang dapat menentukan jati diri atas keberadaannya dan mampu berdiri diantara eksistensi orang lain maka mereka akan mendapatkan eksistensi yang sejati.

## 2. Meningkatkan Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Orang yang percaya diri yakin atas kemampuan mereka sendiri serta memiliki pengharapan yang realistis, bahkan ketika harapan mereka tidak terwujud, mereka tetap berpikiran positif dan dapat menerimanya. Kalau melihat ke literatur lainnya, ada beberapa istilah yang terkait dengan persoalan **kepercayaan diri** yaitu ada empat macam, di antaranya :

- a. *Self-concept* : bagaimana Anda menyimpulkan diri anda secara keseluruhan, bagaimana Anda melihat potret diri Anda secara keseluruhan, bagaimana Anda mengkonsepsikan diri anda secara keseluruhan.
- b. *Self-esteem* : sejauh mana Anda punya perasaan positif terhadap diri Anda, sejauhmana Anda punya sesuatu yang Anda rasakan bernilai atau berharga dari diri Anda, sejauh mana Anda meyakini adanya sesuatu yang bernilai, bermartabat atau berharga di dalam diri Anda.
- c. *Self efficacy* : sejauh mana Anda punya keyakinan atas kapasitas yang Anda miliki untuk bisa menjalankan tugas atau menangani persoalan dengan hasil yang bagus (*to succeed*). Ini yang disebut dengan *general self-efficacy*. Atau juga, sejauhmana Anda meyakini kapasitas anda di bidang anda dalam menangani urusan tertentu. Ini yang disebut dengan *specific self-efficacy*.
- d. *Self-confidence*: sejauhmana Anda punya keyakinan terhadap penilaian Anda atas kemampuan Anda dan sejauh mana Anda bisa merasakan adanya “kepantasan” untuk berhasil. Self confidence itu adalah kombinasi dari *self esteem* dan *self-efficacy* (James Neill, 2005)

## 3. Meningkatkan Kompetensi

Kompetensi merujuk kepada karakteristik yang mendasari perilaku yang menggambarkan motif, karakteristik pribadi (ciri khas), konsep diri, nilai-nilai, pengetahuan atau keahlian yang dibawa seseorang yang berkinerja unggul (*superior performer*). dengan demikian kompetensi terdiri dari beberapa jenis karakteristik yang berbeda yang mendorong perilaku. Fondasi karakteristik ini terbukti dalam cara seseorang berperilaku di tempat kerja. Kompetensi adalah mengenai orang seperti apa dan apa yang dapat mereka lakukan. Pemeliharaan dan Pengembangan kualitas merupakan dua kata kunci yang menjadikan kompetensi itu berarti. Hal berikutnya adalah pertanyaan kapan dan dimana kompetensi itu dihadirkan? Jawabannya adalah sederhana dan tidak bisa diganggu gugat yaitu : Di mana saja dan Kapan saja, sebab mati hidupnya suatu kompetensi menuntut pemeliharaan dan pengembangan pengetahuan yang baik yang dimiliki seseorang akan membuat orang itu melakukan sesuatu yang baik, membuatnya dianggap lebih/ahli oleh orang lain serta mendapat kredensi sosial. Itulah mengapa pengetahuan adalah salah satu faktor yang harus dimiliki oleh seseorang agar dapat memiliki Kompetensi.

## Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations. Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Penerbit. Remadja Karya CV.
- James Neill. 2005. *Wellness & Outdoor Education*. Keynote & Workshop.
- McNally, David. Speak, Karl D. 2004. *Be Your Own Brand*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, Lexy. J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- \_\_\_\_\_. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Montoya, Peter. 2004. *The Personal branding Phenomenon*. Nashville: VaughanPrinting
- \_\_\_\_\_. 2009. *The Brand Called You*. New York: McGraw Hill.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya
- Schramm, Wilbur dan DF. Roberts. 1971. *The Process and Effect of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Wasesa, Silih Agung. 2013. *Political Branding dan Public Relations*. Jakarta: Gramedia. Pustaka.
- Yin, Robert K. 2002. *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta.