



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Mutiara
44213010119

Kompetensi komunikasi Influencer Relations untuk memperoleh kepercayaan Influencer (Selebriti / Seleb Internet) pada Sociabuzz
Jumlah Halaman; xi + 92 Halaman+ 21 Lampiran
Bibliografi acuan : 24 acuan, Tahun 1992-2016

ABSTRAK

Saat ini *social media* adalah tempat untuk saling berbagi, mulai dari foto saat jalan jalan dan melakukan aktivitas apapun. Semua foto yang di ambil bisa di bagikan untuk dilihat oleh semua orang. Banyak orang memanfaatkan *social media* untuk berjualan memasarkan produk atau jasa yang di miliki. Tetapi tidak semudah itu untuk membuat produk yang dipasarkan dapat dilihat oleh orang banyak (*netizen*) di dunia maya. Agar barang atau jasa yang di pasarkan tersebut dapat dilihat oleh orang orang di dunia maya maka di perlukan *acount social media* yang memiliki banyak *followers* (*pengikut*) di dunia maya, dimana *account social media* tersebut memberi pengaruh terhadap banyak orang. *Sociabuzz* hadir untuk mawadahi para *advertiser* (*pengiklan*) dan *Influencer* (*selebriti/seleb internet*) agar para *advertiser* lebih mudah mengiklankan suatu produk atau jasa, sedangkan *Influencer* akan sering mendapat penawaran beriklan yang menarik dari para *advertiser* ini.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang bagaimana cara *Influencer Relations* bisa bekerjasama dalam hal pekerjaan serta membangun kepercayaan *Influencer* (*selebriti/ seleb internet*). Bagaimana membangun hubungan yang baik semata-mata bukan hanya urusan pekerjaan saja tetapi sudah memiliki *trust* pada *Sociabuzz*. Kepercayaan ini harus di bangun karena disini *Sociabuz* adalah perantara antara *advertiser* dengan *influencer*

Hasil dari penelitian ini membahas tentang Kompetensi komunikasi *Influencer Relations* untuk memperoleh kepercayaan *Influencer* (*selebriti/seleb internet*). Hal apa saja yang harus dimiliki seorang *Influencer Relations* karena komunikasi yang sering dilakukan adalah dengan menggunakan media dan sangat jarang untuk bertatap muka. Menurut Brian Sptizberg dan William Cupach terdapat tiga komponen Kompetensi Komunikasi yaitu *Knowledge*, *Motivation* dan *Skill*.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Kompetensi komunikasi sangat diperlukan dalam membangun komunikasi Interpersonal yang diharapkan dapat membangun kepercayaan antara *Influencer* dan *Influencer Relations*.

Keyword: Kompetensi komunikasi,Kepercayaan, Komunikasi Interpersonal



University of Mercu Buana
faculty of Communication
Field of Public Relations Studies
Mutiarra
44213010119

Competence Communication Influencer Relations to obtain
trust Influencer (Celebrity / Celebrity Internet) on Sociabuzz
Number of pages; xi + 92 Pages + 21 Appendix
Bibliography reference: 24 references, Year 1992-2016

ABSTRACT

Currently social media is a place to share, starting from the photo when the road and do any activity. All photos taken can be shared for everyone to see. Many people take advantage of social media to sell products or services that are owned. But it is not that easy to make a marketable product that can be seen by the crowd (netizen) in cyberspace. In order for goods or services that are marketed can be seen by people in cyberspace then in need of social media account that has a lot of followers (followers) in cyberspace, where social media accounts are affecting many people. Sociabuzz comes to host advertisers and Influencers to make advertisers more likely to advertise a product or service, while Influencer will often get attractive advertisement ads from these advertisers.

This study was conducted to find out about how Influencer Relations can work together in terms of work and build trust Influencer (celebrity / internet celebrity). How to build good relationships is not solely a matter of employment but has a trust in Sociabuzz. This belief must be built because here Sociabuz is an intermediary between advertiser with influencer.

The results of this study discuss about Influencer Relations communication competence to obtain trust Influencer (celebrity / internet celebrity). Things that must be owned by an Influencer Relations because communication is often done is to use the media and very rarely to meet face to face. According to Brian Spitzberg and William Cupach there are three components of Communication Competence that is Knowledge, Motivation and Skill.

In building Interpersonal communication that is expected to build trust between Influencer and Influencer Relations.

Keyword: Competence of communication, Trust, Interpersonal Communication