

Aplikasi self-congruity untuk membangun brand image: studi kasus Abang None Jakarta Timur = Self-congruity application to build brand image: case study in Abang None Jakarta Timur

Karina Dhara Anandia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482189&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Membangun citra menjadi hal signifikan dalam meningkatkan kemampuan merekrut anggota dalam organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memaparkan pemahaman lebih dalam terhadap citra dari Abnon Timur agar menemukan atribut kesesuaian (self-congruity dalam rangka membangun citra yang sesuai dengan diri khalayak. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang berparadigma post-positivistik dan menggunakan analisis tematik bertingkat. Hasil dari penelitian menunjukkan adanya self-congruity pada citra Abnon Timur yang menghasilkan atribut kepribadian, seperti family-oriented, friendly, reliable, successful, confident dan intelligent. Penelitian ini berguna bagi khalayak dalam mengetahui kesesuaian seseorang dalam mengikuti Abnon Timur sehingga mempermudah khalayak dalam memilih organisasi yang sesuai. Penelitian ini juga berguna bagi divisi komunikasi dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif serta turut memperkaya studi terkait self-congruity pada organisasi non-profit dan kontes kecantikan.

ABSTRACT

Building image is significant in increasing the recruitment of members in the organization. This study aims to find out and explain a deeper understanding of the image of Abnon Timur to find attributes of self-congruity in order to build an image that is in accordance with the audience. This qualitative research uses a post-positivistic paradigm and multilevel thematic analysis. The results of this study indicate that there is a self-image congruence in the image of Abnon Timur that produces personality attributes, such as family-oriented, friendly, reliable, successful, confident intelligent. This research is useful for audiences in understanding one's suitability in joining Abnon Timur in order to facilitate the audience in choosing the appropriate organization. This study is also useful for the communication division in developing effective communication strategies and enriches the study of self-congruity in non-profit organizations and beauty contests.