

MENGAPA KOREA?

PENGARUH KOREAN WAVE TERHADAP GENERASI Z



KOREAN WAVE – HALLYU DAN GENERASI Z

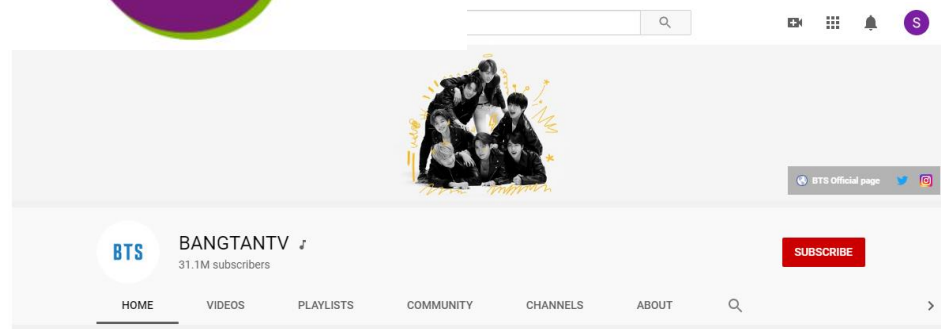
South Korea stated as the Land of the Morning Calm – keindahan pemandangan dibawah sinar matahari pagi. Dimana korea memiliki beragam tempat indah yang selalu diikuti dengan cerita – cerita legenda yang penuh sejarah dan memperhatikan kekuatan bangsa nya.

1. Korean Wave / Hallyu merupakan salah satu fenomena budaya populer dimana dapat kita lihat dari berkembang nya Kpop, agensi – agensi entertainment, dan serta dukungan dari badan telekomunikasi dan industri TV korea. Dengan adanya Internet dan Social media, Hallyu semakin dikenal publik luas sampai ke internasional. Dan kita mempelajari bahasa dan kebudayaan korea.
2. Generation Z – Lahir diantara tahun 1995 – 2010 , mereka mahir dalam berinteraksi di dunia internet



The Only Unesco
World Heritage
Palace In South
Korea -
Gyeongbokgung
Palace &
Changdeokgung
Palace

MEDIA PUBLIC RELATIONS



THE EFFECTS OF HALLYU TO GENERATION Z



ONLINE
PRESS
RELEASES



PUBLISH
ARTICLES AND
GAIN BACKLINKS



PRESS HITS



BLOGGER
EVENTS

WHAT IS DIGITAL PR?



JOURNALIST, BLOGGER &
CONTENT WRITER
NETWORKING



INFLUENCER
MARKETING &
SOCIAL MEDIA
SHOUT OUTS



UNBOXING MERCH BLACKPINK 📦💜💖



BTS
& BLACKPINK

CONCERT!!



PR PERSON'S ROLE: SOCIAL MEDIA INFLUENCER



lalalisa_m [Follow](#)

541 posts 33.9m followers 0 following

LISA

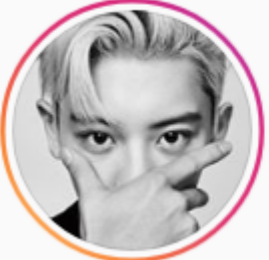
youtu.be/je_R3gEtDbw



jennierubyjane [Follow](#)

548 posts 27.7m followers 0 following

J
[@lesyeuxdenini](#)



real_pcy [Follow](#)

793 posts 21.3m followers 245 following

EXO_CY
youtube.com/studionng



actorleeminho [Follow](#)

153 posts 16.5m followers 2 following

이민호 leeminho

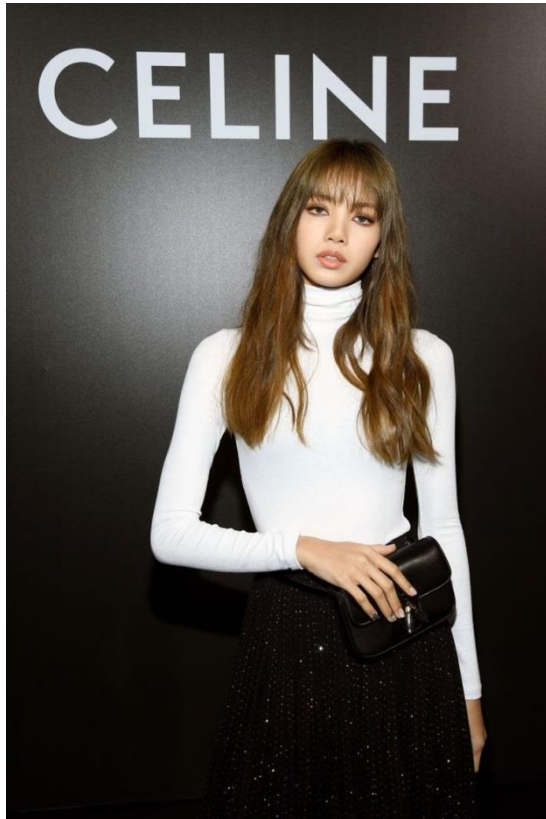


PERSONAL BRANDING

“Personal Branding adalah proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek aspek yang dimiliki seseorang, diantaranya adalah kepribadian, kemampuan, atau nilai – nilai dan bagaimana semua itu menimbulkan persepsi positif di masyarakat yang ada dan pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran “ – Timothy P. O’Brien



PERSONAL BRANDING



HOW FIKOM ESA UNGGUL REACTS TO KOREAN WAVE

THE NEW WORLD OF PR

1. PR SPECIALIST/PRACTITIONER
2. BLOGGERS
3. INFLUENCERS
4. CONTENT CREATORS
5. SOCIAL MEDIA SPECIALIST

MATA KULIAH PUBLIC RELATIONS ESA UNGGUL:

1. CYBER PR
2. PRODUKSI MEDIA PR
3. THE GRAPHIC OF COMMUNICATIONS
4. VIDEOGRAPHY
5. MEDIA RELATIONS
6. PUBLIC OPINION
7. CITIZEN JOURNALISM , ETC....

WEBSITE FIKOM ESA UNGGUL: <https://fikom.esaunggul.ac.id/>

HUMAS						
Humas	Visi - Misi & Tujuan	Career	Kerjasama	Fasilitas	Kurikulum	Dosen Pengajar
Fasilitas						Kompetisi Lulusan
<p>Untuk menunjang proses pembelajaran dan menghasilkan lulusan yang berdaya saing tinggi, telah tersedia beberapa fasilitas studio dan laboratorium seperti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Studio Radio• Studio Televisi• Studio Fotografi• Laboratorium Mac• Perpustakaan						<p>Lulusan Program Studi Hubungan Masyarakat (Public Relations) Universitas Esa Unggul dibekali dengan pengetahuan, kemampuan dan ketrampilan untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi; memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi; membawa individu ataupun organisasi menjadi populer, berkembang pesat, solid, dan mendapat dukungan; secara internal organisasi menjadi pusat informasi organisasi sehingga mampu mendinamisasi, motivator dan menciptakan iklim organisasi yang kondusif sesuai dengan tuntutan zaman; secara eksternal organisasi menjadi manager komunikasi dalam menghadapi pers dan masyarakat; dan membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upayanya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara pengertian bersama antara organisasi dan masyarakatnya.</p> <p>Menyusun perencanaan dan melakukan analisis atas problema komunikasi kehumasan yang berorientasi kepada customer relation management. Menjadi tenaga profesional yang handal di bidang pemasaran dan kehumasan dalam komunikasi publik media massa dan multimedia.</p>

Thank

You.