

**PERSONAL BRANDING PUTRI DANIZAR SEBAGAI DISC JOCKEY MUDA
INDONESIA**

(Studi Riset Naratif mengenai *Personal Branding* Putri Danizar Sebagai *Disc Jockey* Muda Indonesia)

Christie Rachel Lumban Tobing, Trie Damayanti

trie.damayanti@unpad.ac.id

Universitas Padjadjaran

Abstract

Disc Jockey describes a person with expertise in arranging a song or music using disc media. The presence of disc jockey is usually easily found in nightclubs, but the stigma that is present in the community about the work of the middle of the night did not decrease society's growing curiosity fond world phenomenon nightclubs and follow the trail to work as a disc jockey. The proliferation of young disc jockey in Indonesia is now making its own uniqueness. Putri Danizar, a disc jockey aged 19 years who had undergone this profession for more than five years and has delivered many achievements is one of them. Research with a qualitative approach to the narrative research method seeks to determine important events, stories of the conflict and stages of life's journey Putri Danizar in the form of personal branding. The data collection was done by in-depth interviews and observation. The results showed Putri Danizar realize the establishment of personal branding herself who is a disc jockey on the experiences starting from a fondness for music as a means of expression itself and the conflicts that happened to her with the environment. In conclusion, dialectical process that happens to Putri Danizar shows the branding process herself to the profession is practiced.

Key words: *Personal Branding, Disc Jockey, Theory of Social Construction of Reality*

Abstrak

Disc Jockey adalah seseorang yang terampil memilih dan memainkan lagu yang sudah tersimpan dalam rekaman sebelumnya dan dipadukan dengan lagu-lagu lain sehingga menghasilkan sebuah untaian lagu yang berbeda dengan lagu aslinya. "Deejay" menggambarkan seseorang dengan kemahirannya dalam mengatur lagu atau musik dengan menggunakan media cakram. Kehadiran *disc jockey* biasanya banyak ditemui di tempat hiburan malam, namun stigma yang hadir di tengah masyarakat tentang pekerjaan tengah malam ini tidak menurunkan rasa keingintahuan masyarakat yang semakin menggemari fenomena dunia hiburan malam dan mengikuti jejak untuk berprofesi sebagai *disc jockey*. Menjamurnya *disc jockey* muda di Indonesia kini membuat keunikan tersendiri. Putri Danizar, seorang *disc jockey* yang berusia 19 tahun yang sudah menjalani profesi ini selama lebih dari lima tahun dan telah banyak melahirkan prestasi adalah salah satunya. Penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan metode riset naratif ini berupaya mengetahui kejadian penting, kisah-kisah konflik dan tahapan perjalanan hidup Putri Danizar dalam membentuk *personal branding*. Pengumpulan data dilakukan dengan

wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan Putri Danizar menyadari pembentukan personal branding dirinya yang berprofesi disc jockey dari pengalaman-pengalaman yang diawali dari kesukaan pada music sebagai alat ekspresi dirinya dan konflik-konflik yang terjadi pada dirinya dengan lingkungan. Kesimpulannya proses dialektika yang terjadi pada diri Putri Danizar menunjukkan proses diri dalam membrandingkan dirinya pada profesi yang ditekuninya.

Kata kunci: *personal branding, disc jockey*, Teori Konstruksi Sosial Atas Realitas.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti sekarang ini banyak terjadi fenomena sosial mengenai interaksi manusia. Salah satu fenomena interaksi sosial yang sedang marak melanda masyarakat khususnya melanda anak muda dan remaja perkotaan adalah mulai dikenalnya dunia malam. Secara sederhana, dunia malam lebih dikenal istilah dunia gemerlap (*dugem*).

Istilah *dugem* sangat dikenal di kalangan individu-individu yang menggandrungi pesta dan hiburan malam. Pada era modernisasi ini, *dugem* sudah sangat identik dengan kehidupan masyarakat metropolitan. Dunia malam telah berevolusi menjadi gaya hidup, dimana saat ini dunia malam tidak hanya berfokus pada kesenangan semata, tetapi juga sebagai tempat bagi aktivitas lain seperti bisnis dan interaksi sosial.

Dugem selalu diasosiasikan dengan musik menghentak yang dimainkan seorang DJ (*disc jockey*) yang bisa membuat orang larut dalam suasana gemerlapnya dunia malam. Seorang DJ adalah seseorang yang terampil memilih dan memainkan rekaman suara atau musik yang direkam sebelumnya untuk para pendengar yang menginginkan (id.wikipedia.org/disjoki, diakses pada 25 Agustus 2015). Seiring dengan perkembangan zaman dan pemenuhan kebutuhan, tempat dunia gemerlap semakin ramai sehingga kebutuhan terhadap DJ juga bertambah. Meski DJ adalah sebuah profesi yang semakin menjanjikan, ternyata banyak stigma yang kerap kali dilekatkan dan sebagian masyarakat yang mencibir bahwa dunia DJ dekat dengan narkoba dan pergaulan bebas.

Dengan adanya fenomena seperti itu membuat setiap *disc jockey* membutuhkan ruang untuk menampilkan kemampuan dan menegaskan karakteristiknya agar dapat mengambil perhatian dan kepercayaan publik. Para DJ sekarang benar-benar menunjukkan usaha pembentukan citranya sebagai seseorang yang profesional dalam pekerjaannya. Persoalannya kemudian bagaimana cara bagi *disc jockey* muda Indonesia untuk menunjukkan potensinya, salah satunya dengan kegiatan *personal branding* yang baik. Karena hal yang perlu diperhatikan pada poin ini adalah, bagaimana seseorang di usia yang sangat belia memulai debut di industri dinamis dan spesifik seperti ini.

Seorang DJ muda Indonesia yang saat ini sedang naik daun, Putri Danizar, gadis kelahiran Jakarta, 19 tahun yang lalu kini adalah sosok bintang di dunia *dance music scene* Indonesia. Mengawali karier menjadi *disc jockey* di usia yang sangat belia yaitu 13 tahun dimana tahun 2010 Putri Danizar lulus dari SPINACH DJ SCHOOL. Putri Danizar menyatakan bahwa ia memulai profesi ini awalnya karena mengikuti hobi musik yang sangat menyukai aliran musik elektronik.

Putri Danizar menyadari ditengah persaingan yang ada, dia harus melakukan sesuatu hal lain yang mampu membantu menunjang dirinya agar lebih dikenal sebagai *brand* DJ yang memiliki kompetensi sangat baik. Putri Danizar secara pribadi menyatakan bahwa dirinya merasa memiliki *value* bagi orang lain, maka dari itu Putri Danizar merasakan perlunya *personal branding*.

Harapan Putri Danizar yang ingin memiliki reputasi positif dan meraih perhatian masyarakat dengan segenap *skill* dan kompetensi yang ia miliki menjadi latar belakang dibentuknya *personal branding* Putri Danizar.

Bagi Putri Danizar, perihal membisniskan diri sendiri sekarang memang sudah selayaknya terjadi karena setiap usaha pekerjaan manusia kini membutuhkan kepercayaan hingga bagaimana publik tertarik untuk “membeli” sesuatu itu. Namun, sebaiknya tetap juga perhatikan hal-hal yang bermutu atau talenta dari pribadi yang ditonjolkan itu. Dengan *branding* yang berhasil tentunya kita telah meraih kepercayaan publik yang mana kita lebih dikenal dengan citra positif, nama baik yang pada akhirnya memudahkan kita untuk meraih prestasi dan kesuksesan.

Berbicara mengenai prestasi, beberapa kejadian penting dalam perjalanan karier Putri Danizar dalam kurun waktu 5 tahun ini memang patut dipertimbangkan, diantaranya menjuarai kejuaran *disc jockey* tingkat nasional, bergabung ke dalam *production house* ternama di Indonesia, Trigger Production, dan didaulat untuk menjadi *semi-resident* di The Foundry 8.

Stan Kreelekamp, CEO dari Trigger Production menyatakan bahwa Putri Danizar merupakan sosok yang multitalenta dan memiliki karakter kuat dalam dirinya, sehingga sukses untuk dapat diterima oleh masyarakat seperti saat ini. Hal serupa juga dinyatakan oleh Gema Putrawan selaku Head of Event dari The Foundry 8 bahwa untuk kalangan *disc jockey* dengan usia muda, Putri Danizar layak menjadi panutan karena kemampuan yang dimilikinya melebihi DJ-DJ lain yang terkenal saat ini.

Pembentukan *personal branding* Putri Danizar ini penting dilakukan untuk menunjukkan proses mengidentifikasi keunikan diri Putri Danizar untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai dan kepercayaan dari publik. Kesadaran diri Putri Danizar dalam membentuk *personal branding* telah melalui banyak proses sehingga sekarang Putri Danizar dapat dikatakan memiliki nilai lebih dalam

dirinya. Stigma yang telah melekat pada masyarakat mungkin lambat laun akan bergeser seiring dengan perkembangan kebudayaan yang ada. Sehingga ada nilai-nilai baru yang dapat diterima oleh masyarakat. Hal-hal yang publik lihat melalui berbagai media mengenai perkembangan kebudayaan tersebut termasuk dengan kesuksesan Putri Danizar di industri hiburan ini dapat merebut kepercayaan publik.

Penelitian ini layak dilakukan karena melalui penelitian ini dapat terlihat bahwa kegiatan *public relations* tidak hanya diaplikasikan oleh perusahaan atau organisasi melainkan *public relations* juga merupakan *tools* untuk individu. Tujuan dari studi naratif ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis proses pemaparan pembentukan *personal branding* dari Putri Danizar yang berprofesi sebagai *disc jockey*.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana *personal branding* Putri Danizar sebagai *disc jockey* muda Indonesia? Tujuan Penelitian: untuk mengetahui kejadian penting yang dialami Putri Danizar dalam membentuk *personal branding*, untuk mengetahui cerita-cerita konflik dalam lingkungan Putri Danizar dalam membentuk *personal branding*, dan untuk mengetahui bagaimana tahapan perjalanan hidup Putri Danizar dalam membentuk *personal branding*.

KERANGKA PEMIKIRAN

Personal Branding

Menurut Peter Montoya, *personal branding* adalah sebuah proses yang melibatkan kemampuan, personalitas, dan karakter unik seseorang dan mengemas mereka ke dalam sebuah identitas yang kuat yang mengangkat seseorang yang bersangkutan ke atas lautan muka dan kompetitor.

Personal Branding adalah sesuatu tentang bagaimana mengambil kendali atas penilaian orang lain terhadap anda sebelum ada pertemuan langsung dengan anda. (Montoya & Vandehey, 2009: 8)

Kemampuan menggunakan atribut-atribut secara bebas yang menunjukkan kemampuan anda dalam mengatur harapan-harapan yang ingin orang lain terima dalam pertemuannya dengan anda. (Montoya & Vandehey, 2009: 10)

Ide dasar dari *Personal Branding* sebenarnya sederhana bahwa kini, orang pun bisa memiliki merek sendiri. Tidak hanya produk, jasa dan perusahaan resmi yang dapat menyanggah merek. Individu pun juga bisa memiliki merek. Citra menjadi sebuah faktor penentu daripada kenyataan itu sendiri. *Personal Brand* merupakan identitas pribadi yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas yang dimiliki individu.

Teori Konstruksi Sosial atas Realitas

Individu memaknai lingkungannya dan aspek di luar dirinya melalui proses eksternalisasi, internalisasi dan obyektivasi. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, obyektivasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi, dan internalisasi adalah individu mengidentikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial dimana individu tersebut menjadi anggotanya. (Berger & Luckmann, 2002: 176)

Istilah konstruksi sosial atas realitas (*social construction of reality*) didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. (Poloma, 2004:301)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Creswell, J.W. dalam bukunya yang berjudul *“Research Design Qualitative and Quantitative Approaches”*, Sage Publications, 1994, mendefinisikan penelitian yang dibimbing oleh paradigma kualitatif sebagai suatu proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah. Sedangkan jenis studi yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah studi riset naratif yang berfokus pada narasi, cerita, atau deskripsi tentang serangkaian peristiwa terkait dengan pengalaman Putri Danizar menjadi seorang *disc jockey* dan strategi pembentukan *personal branding*. Penelitian ini diungkap melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap Putri Danizar dan juga pihak-pihak terkait yang bertanggung jawab dalam perjalanan hidup Putri Danizar dan proses *personal branding* Putri Danizar sebagai seorang *disc jockey*.

Dalam studi naratif, prosedur yang digunakan biasanya berupa *restorying*, yakni menceritakan kembali cerita tentang pengalaman individu atau progresif-regresif, di mana peneliti memulai dengan suatu peristiwa penting dalam kehidupan sang partisipan. Analisisnya berpijak pada kronologi peristiwa yang menekankan pada titik-balik atau ephiphanies dalam kehidupan partisipan. (Creswell, 2013:viii)

Subjek penelitian ini adalah pelaku dalam proses pembentukan *personal branding* yaitu Putri Danizar. Subjek penelitian dapat sebagai pelaku atau orang lain yang memahami objek penelitian (Bungin, 2009:96). Peneliti hanya memilih satu narasumber (narasumber tunggal) dikarenakan dalam pengerjaan penelitian ini peneliti menggunakan jenis studi riset naratif yang berfokus pada narasi

tentang pengalaman individu tertentu dan dengan gaya penulisan biografi. Serta ada empat narasumber lain yang berperan sebagai triangulator.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi. Wawancara mendalam yang dilakukan secara *semi-structured interview*, dimana peneliti memiliki satu daftar pertanyaan atau topic spesifik yang akan dibahas yang sering disebut dengan “panduan wawancara” tetapi informan memiliki kebebasan untuk menjawab pertanyaan. Observasi dilakukan ketika wawancara dilakukan, termasuk dari cara informan menjawab pertanyaan, serta mengamati beberapa tempat bisnis keluarga mereka.

Uji keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan triangulasi sumber yang diperoleh dengan melakukan wawancara dalam waktu yang berbeda juga membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya penulis susun sesuai dengan pertanyaan penelitian yang penulis kemukakan sebelumnya yaitu sebagai berikut:

Pertanyaan penelitian pertama, yaitu mengenai kejadian penting yang dialami Putri Danizar selama menjalani profesi *disc jockey* dalam membentuk *personal branding*. Kecintaannya pada musik adalah awal dari kisah perjalanan kariernya sebagai *disc jockey*. Putri menyatakan bahwa ia sangat menyukai aliran musik dengan dentuman cukup keras seperti karya DJ Tiesto sejak SMP. Peneliti dapat mengkonstruksikan pengalaman musik yang dimiliki Putri Danizar berawal dari pengaruh lingkungan atau kesukaan terhadap seorang artis dan juga menganggap musik sebagai alat ekspresi diri. Di dalam diri Putri Danizar sendiri menyatakan bahwa musik adalah hobi dan kebutuhan hidup yang dapat menciptakan semakin banyak pengetahuan musik salah satunya adalah dengan menjadi DJ ini. Untuk itu, dibutuhkan pendidikan khusus salah satunya melalui sekolah DJ yang dijalani Putri Danizar, yang kemudian mengantarkannya pada kejuaraan DJ dan menjadi *line up event* nasional.

Salah satu pengalaman yang menjadi *highlight* dalam kariernya ketika ia mengikuti kejuaraan Pioneer Digital DJ Battle Indonesia 2011 se - Asia Pasifik dan Dopespinner & Pioneer DJ Megamix Competition. Pioneer Digital DJ Battle Indonesia 2011 se - Asia Pasifik dan Dopespinner & Pioneer DJ Megamix Competition merupakan ajang kejuaraan yang paling bergengsi bagi *disc jockey* baik secara nasional maupun internasional. Peran kejuaraan DJ dalam membentuk *personal branding* adalah publik mengetahui untuk menjadi juara tentunya harus memiliki *skill* bermain yang tinggi, karena kejuaraan DJ dikenal juga sebagai ajang pencarian bakat. Tidak jauh berbeda dengan yang dilakukan Putri Danizar

hal ini merupakan bentuk *personal branding*, karena kejuaraan DJ adalah tempat bertemunya DJ-DJ dan pelaku bisnis industri hiburan untuk saling mengadu kemampuan yang ada, selain itu hal tersebut dapat semakin membantu Putri Danizar untuk menambah jaringan profesionalnya, juga untuk memberitahu bahwa profesi DJ itu adalah sebuah pekerjaan yang resmi. Objektivitas yang di dapat selain tawaran untuk mendapatkan pekerjaan, ialah popularitas di kalangan DJ.

Selain itu, *highlight* lain adalah menjadi *semi-resident disc jockey* di The Foundry 8. Menurut pernyataan Gema Putrawan, selaku Head of Event The Foundry 8, bahwa perkenalan pertamanya dengan Putri Danizar karena adanya hubungan baik Putri Danizar dengan salah satu *resident disc jockey* di The Foundry 8 dan juga Putri Danizar kerap kali diundang untuk bermain di berbagai *event* di The Foundry 8¹. Dengan memperluas jaringan dan hubungan baik relasi bisnis atau pertemanan akan sangat membantu pembentukan *personal branding* Putri Danizar, peneliti mencoba mengkonstruksikan bahwa relasi bisnis dapat membantu kita mendapatkan peluang kerja lain, yang kemudian secara sadar bagi Putri Danizar akan menambah jadwal kegiatan dan *link* bisnis, dimana salah satu objektivitasnya adalah mendapatkan perhatian dari media.

Terakhir dalam kejadian penting yang ada adalah menjadi anggota Trigger Production. Bagi Putri merupakan suatu kehormatan dan impian menjadi kenyataan untuk bergabung dalam tim Trigger Production. Putri merasa akan memiliki masa depan lebih cerah setelah bergabung bersama Trigger Production. Karena lebih dahulu mendapatkan perhatian lebih oleh tim Trigger Production, Putri semakin mengakui bahwa pentingnya relasi yang baik dengan semua orang. Karena tidak semua orang memiliki *Personal Branding* yang bagus. Tapi kebanyakan orang sukses pasti memiliki *Personal Branding* yang bagus. Ketika dikonstruksikan bagaimana *personal branding* atas realitas kejadian penting dalam kehidupan Putri Danizar akan dimulai dengan anggapan bahwa Putri Danizar memiliki wawasan musik yang luas, kemudian sering bermain di klub-klub premium di Ibukota, selain itu juga dianggap sudah berpopuler yang kemudian bila diinternalisasikan Putri Danizar ingin dianggap sebagai DJ yang memiliki sikap dan penampilan yang baik dan sopan, lebih seru dan berjiwa muda serta menjadi DJ yang berkelas. Dimana objektivitasnya adalah membuat *followers* di sosial media bertambah, mendapat *exposure* dari media, dan lebih banyak kenalan di klub-klub atau *event organizer* lain.

Pertanyaan penelitian kedua, mengenai cerita-cerita konflik tentang profesi *disc jockey* dalam lingkungan Putri Danizar dalam membentuk *personal branding*. Bila dilihat dari sisi positifnya, tentu saja musik yang dimainkan para DJ memiliki seni yang dipoles dalam keterampilan bermain musik. Namun bila dilihat dari sisi negatifnya, maka akan sangat banyak rentetan poin-poin “kerusakan” yang melekat pada musik dan profesi yang berkaitan dengan DJ ini.

Karena, musik DJ telah melekat erat dengan sebuah tempat yang disebut diskotik. Dalam pemikiran eksternal, diskotik juga memiliki vonis manis dengan tempatnya kerusakan para remaja, mulai dari gaya berpakaian serba mini, minuman beralkohol, merokok, pil-pil setan, free sex, bahkan sampai kepada tindakan aborsi, semuanya dapat berasal dari tempat ini. Maka tidak heran bila orang-orang awam menilai bahwa para DJ dan musik yang dimainkan DJ adalah musik setan yang menghanyutkan dan merusak moral. Namun, untuk memaknai diskotik sendiri Putri Danizar menganggap sebagai tempat berkumpulnya para penikmat musik, serta sebagai lahan bekerja dan bersenang-senang, serta tempat pendidikan musik untuk menambah wawasan baru tentang musik. Pun demikian, kisah Putri Danizar juga diawali dengan larangan pergi ke klub, namun Putri Danizar meyakinkan keluarganya bahwa di klub, ia hanya menjalankan tugasnya.

Melihat adanya perbedaan antara eksternalisasi dan kegiatan dialektika internalisasi, Putri menganggap hal tersebut menjadi sebuah konflik. Wanita yang bercita-cita menjadi dokter bedah tulang itu pun juga pernah mengalami konflik yang sama. Konflik berawal dari ayah dan ibunya yang sangat menentang Putri untuk mengikuti sekolah DJ. Pandangan orang tua Putri merupakan faktor eksternal dalam proses pemikiran Putri Danizar. Ayah dan Ibu Putri menganggap profesi DJ adalah sebuah profesi yang mencerminkan kenakalan, kehidupan yang bebas, selalu bekerja pulang malam dan tentunya akan menerima komentar miring dari masyarakat luas. Walaupun, Putri menganggap bahwa DJ merupakan hal *passionnya* dan baginya merupakan hal yang menantang. Untuk itulah tentunya diperlukan bukti-bukti positif untuk menunjukkan bahwa menjadi DJ bukanlah hal yang negatif.

Ditengah-tengah titian karir yang terbilang cemerlang pada waktu itu, Putri Danizar dihadapkan dengan kenyataan ditinggalkan sang ayah untuk selamanya. Sepeninggal ayahnya bulan Juli 2015 Putri mengungkapkan kisah hidupnya yang kini berubah menjadi tulang punggung keluarganya.

Selain itu, konflik lain yang pernah dialami Putri Danizar adalah ketika pada awal tahun 2014, Putri bersama dengan beberapa temannya sepakat untuk mendirikan sebuah *event organizer* yang memiliki target pasar adalah anak muda dari tingkat sekolah lanjutan hingga universitas. Saat itu, Putri hadir merangkap menjadi manajemen dan *disc jockey* atau *entertainer* sekaligus. Waktu berlalu,

Putri dan teman-teman di dalam tim EO tersebut membuat sebuah *event* yang cukup besar. Namun, dalam perjalanan *event* tim tersebut terpecah dan membuat konflik dengan isu penyelewengan dana oleh Putri Danizar. Jelas hal itu sangat berpengaruh pada mental Putri dan juga reputasi Putri dimata relasi bisnis dan teman-temannya. Putri dengan bijak menanggapi bahwa sebagai *figure* harus terbiasa dengan keberadaan *haters* dan bijak dalam menanggapi isu-isu yang ada, dengan kata lain lebih baik menunjukkan prestasi yang ada daripada berargumentasi kosong terhadap isu yang beredar.

Bagi Putri, pandangan pihak luar yang menyebutkannya sebagai orang yang tidak profesional, pihak penyeleweng dana, pencari popularitas, anak bawang dan sebagainya, ia terima sebagai sebuah tantangan hidup dalam melatih kesabaran dan kedewasaannya, serta tahapannya untuk menerima level kesuksesan yang lebih besar, sehingga konflik tersebut membuatnya lebih berhati-hati dalam bertindak dan bergaul, serta kesempatan untuk saling memaafkan.

Dalam kehidupan, seperti dalam bisnis, *branding* lebih efektif, kuat, dan berkelanjutan daripada penjualan dan pemasaran dan cara yang efektif untuk menyisihkan pesaing Anda. Ini tentang mempengaruhi orang lain, dengan menciptakan identitas *brand* yang mengaitkan persepsi dan perasaan tertentu dengan identitas. Saat berbicara tentang *personal branding*, kita pasti akan membahas *brand* seperti apa yang hendak dibangun? Jawabnya sederhana, yaitu *brand* yang terpercaya dan dibangun berdasarkan reputasi. Akan tetapi, Putri sadar bahwa stigma itu akan terus menjadi label tergantung seberapa kuat *branding* yang dilakukan karena hal tersebut mencerminkan nilai-nilai, kepribadian, keahlian dan kualitas yang membuat seseorang berbeda dengan yang lainnya.

Memang keputusan Putri untuk memulai perjalanan karirnya di usia yang masih belia menimbulkan pro dan kontra. Bila dalam proses eksternalisasi *image* profesi DJ menggambarkan kehidupan anak bandel, anak gaul, anak muda dengan pergaulan bebas, wanita - wanita dengan pakaian yang tidak pantas, ternyata tidak sama dengan apa yang dikonstruksi dalam diri Putri Danizar. Putri Danizar menganggap *image* profesi DJ adalah sebuah profesi yang seru dan menantang. Popularitas adalah bonus dari usaha untuk memperluas jaringan atau relasi baik dengan berbagai pihak. Dimana kemudian objektivitasnya merupakan prinsip dimana apabila sedang ingin tampil di panggung, Putri bertekad untuk menyesuaikan pakaian atau kostum dengan jenis dan waktu acara yang dihadiri. Terlebih lagi tidak mengunggah gambar-gambar dengan perilaku dan pakaian yang tidak senonoh ke dalam sosial media. Selain itu, bahasa yang digunakan saat sedang *nge-DJ* harus lebih variatif karena untuk meningkatkan semangat para *crowd* yang hadir.

Berbicara mengenai DJ muda Indonesia yang penuh *skill* dan prestasi, Putri Danizar juga ingin menampilkan sosok dirinya yang berpendidikan. Setelah lulus dari SMA Negeri 48 Jakarta tahun 2013, Putri meneruskan pendidikannya ke bangku perkuliahan dengan mengambil jurusan Hukum di Fakultas Hukum Universitas Trisakti. Setelah menjadi 2 semester di jurusan tersebut, Putri merasa hal itu bukan merupakan keinginan atau *passion* dirinya. Lalu, Putri pun memiliki niat untuk pindah ke jurusan komunikasi di London School of Public Relation.

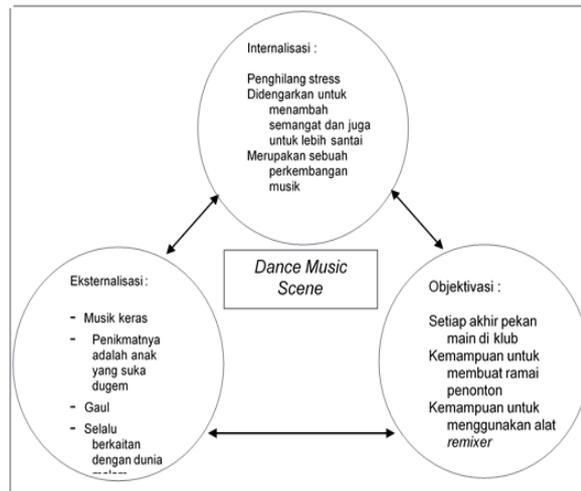
Namun, kembali lagi dengan titel DJ pada dirinya *image* pekerja malam tentu sudah melekat pada diri Putri, sehingga banyak pihak yang mempertanyakan alasan Putri mundur dari bangku perkuliahannya terdahulu. Semua pertanyaan selalu dihubungkan dengan profesinya, banyak pihak yang menilai karena terlalu sering bekerja di malam hingga subuh sehingga tidak fit dan tidak dapat hadir dalam kelas. Menurut Putri pandangan seperti itu tidak dapat disalahkan, karena beberapa hal yang mereka nyatakan benar adanya, namun ini lebih kepada Putri tidak merasakan semangat saat sudah mengetahui pelajaran yang ia terima di kelas.

Orang tua Putri Danizar memiliki prinsip agar keluar dari jerat kemiskinan, pendidikan adalah langkah penting yang harus ditempuh, itulah mengapa kedua orang tua Putri Danizar, terlebih almarhum ayahnya bekerja keras untuk dapat menyekolahkan Putri hingga ke jenjang universitas dan memberi pesan agar Putri dan Bayu, adiknya yang kini duduk di kelas 3 SMP, dapat menyelesaikan pendidikan mereka dengan baik. Bagi Putri, setidaknya dengan jadi orang yang berpendidikan dapat menaikkan derajat keluarganya.

Selama kita hidup, konflik atau berbagai macam bentuk permasalahan pasti akan terus ada. Terkadang manusia berada di atas, tapi saat roda kehidupan membawa anda turun ke bawah, tiada kuasa untuk menolaknya. Akan tetapi, jangan jadikan itu sebagai sebuah halangan anda untuk tetap berkarya. Dengan kita terus yakin untuk berkarya, memberikan *level up* pada hidup kita dan tetap bekerja membentuk nama baik kita, maka disitulah dapat anda lihat kekuatan dari sebuah keunikan (*Branding*). Dengan kekuatan merek, konsumen akan lebih percaya terhadap apa yang dipilihnya. Bila keunikan, merek tersebut menempel pada diri seseorang, maka hal tersebut disebut dengan *personal branding*.

Pertanyaan penelitian ketiga, mengenai tahapan perjalanan hidup Putri Danizar dalam membentuk *personal branding*. Pada tahun 2011, pertama kalinya Putri secara personal mencoba untuk melamar agar dapat bermain di klub malam. Walaupun saat itu usianya baru menginjak 15 tahun, tidak ada rasa keraguan dihatinya untuk melangkah mencoba hal yang baru yaitu bermain di kelab malam. Menurut Putri adanya perbedaan walaupun dirinya sudah cukup sering mengikuti kejuaraan dengan *skill* dasar akan tetap berbeda bila harus tetap ahli bermain di

klub malam. Pada tahun yang sama dalam kesempatan perdananya itu, Putri yakin bahwa *dance music scene* akan menjadi fenomena dan tren baru sehingga pekerjaannya akan dilihat sebagai sebuah gaya hidup. Konsep pemikiran *dance music scene* sendiri akhirnya juga melewati proses eksternalisasi, internalisasi dan objektivasi yang simultan seperti digambarkan pada bagan berikut ini :



Bagan 1.1 Proses Dialektika SCOR dan Modifikasi Peneliti Mengenai *Dance Music Scene*

(Bungin, 2011:197)

Membangun *brand awareness* sebagai bentuk upaya pengenalan diri tentu akan berdampak bila seseorang ingin membangun *personal branding* yang baik. Sebagai pengingat seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa Putri Danizar memulai karirnya di usia yang masih sangat belia. Sehingga Putri Danizar merasa publik harus mengetahui seluruh perjalanan panjang dalam membentuk sosok Putri Danizar yang sekarang, menurutnya :

“Membentuk ini semua prosesnya panjang. Buktinya, setelah 5 tahun berada di industri bisnis musik ini, *gue* baru bisa dikenal orang lain secara luas dan hidup *gue* mulai berubah baru dua tahun belakangan ini. Karena semuanya dimulai dari nol. *Gue* pernah punya masa-masa main jelek yang dihina atau direndahin orang lain, tapi sampai akhirnya orang yang dulu pernah *ngehina gue* sekarang malah dibawah *gue* atau bahkan ada juga yang *ngedeketin*. Hal yang wajar berarti kalau sekarang *gue* sudah punya penggemar dan penghasilan yang cukup besar”

Lalu, dalam proses yang dijalani oleh Putri apa yang membuatnya memutuskan untuk membentuk *personal branding*?

“Sekarang gue harus lebih jaga *image* dan terus membentuk *brand* yang positif. *Branding* itu penting banget, karena itu untuk pertahanan karier, kalau kita sudah jadi *public figure*, kita harus tau apa yang publik mau. Coba dibandingkan sama hidup *gue* yang dulu. Seumur *gue* paling kerjanya main di mall aja.”

Dalam usaha menjaga *imagenya* juga selama perjalanan kariernya Putri termasuk orang yang sangat selektif untuk menentukan dimana ia boleh bekerja atau bermain sebagai *disc jockey*. Ibu Tuicah, ibu kandung sekaligus manajer Putri Danizar adalah orang yang sangat selektif dibalik tempat pekerjaan Putri. Ia memberikan batasan klub malam mana dan acara mana yang dapat dipilih Putri untuk menjadi lahan pekerjaannya. Misalnya, Ibu Putri tidak mengizinkan Putri untuk bekerja di klub malam kawasan Kota, atau klub - klub malam hotel yang tidak bonafid. Karena Ibu Putri takut akan reputasi Putri dan lingkungan sekitar tempat Putri bekerja akan buruk dan membuat Putri tidak nyaman dalam bermain DJ.

Pada akhir tahun 2015, selain menjalani profesi DJ nya, Putri Danizar juga aktif dalam persiapan kegiatan kampusnya untuk awal tahun 2016 berupa penampilan teatral. Putri merasa lebih senang dan nyaman dengan lingkungan barunya. Beberapa teman-teman di lingkungan perkuliahannya saat ini sudah cukup mengenalnya melalui sosial media sebagai seorang *disc jockey*, dimana bila dibandingkan dengan konsep utama yang menjadi acuan dalam membangun suatu *personal branding* seseorang menurut Montoya & Vanhaley, Putri Danizar sudah memenuhi kriteria The Law of Visibility. Untuk menjadi *visible*, seseorang perlu mempromosikan dirinya atau memasarkan dirinya. Salah satu langkahnya lewat media sosial, namun terkadang hal tersebut membawa dilema sendiri untuk Putri. Sebab, dengan demikian Putri harus lebih selektif bila ingin menampilkan sesuatu di media sosial.

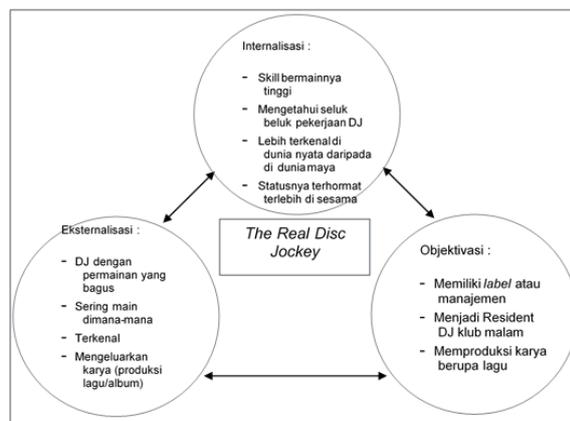
Ada lagi istilah untuk mendapatkan *visibility* dari masyarakat yaitu menjadi seorang *social climber*. Sejauh ini Putri mengetahui bahwa banyak faktor luar seseorang menjadi *social climber*, antara lain adalah individu yang memiliki banyak teman, namun terkadang teman dalam pengertian ini merupakan sebuah kebutuhan untuk mendapatkan status dan popularitas, bisa juga disebabkan oleh rasa tidak percaya diri untuk mengembangkan diri sendiri sehingga membutuhkan individu lain untuk bergantung dan dikenal dalam lingkungan sosial. Putri sendiri secara pribadi memaknai *social climber* adalah hal yang perlu di era globalisasi saat ini, asalkan tidak sepenuhnya bergantung pada orang lain. Salah satu contoh yang dilakukan adalah dengan menyebarkan sosial media melalui berbagai

sumber atau pun ikut dalam perkumpulan ada acara yang juga dihadiri oleh rekan-rekan seprofesi atau kelompok lainnya.

Individu dalam melakukan sebuah *personal brand* yang hebat harus didasarkan pada sosok kepribadian yang apa adanya, dan hadir dengan segala ketidaksempurnaannya. Seseorang harus memiliki kepribadian yang baik, namun tidak harus menjadi sempurna. Ketika Putri Danizar sudah menegaskan keinginannya untuk menjadi *the real dj* yang dikenal positif dan berprestasi, hal-hal yang dilakukan harus sejalan dengan etika moral dan sikap yang telah ia tentukan tadi. Menjadi sosok *the real DJ* memiliki makna tersendiri oleh Putri Danizar, yang digambarkan melalui Bagan berikut :

Bagan 1.12 Proses Dialektika SCOR dan Modifikasi Peneliti Tentang

The Real Disc Jockey (Bungin, 2011:197)



Kehidupan pribadinya selayaknya cermin dari sebuah citra yang ingin ditanamkan dalam kegiatan *personal branding*nya. Serta selain *visible*, Putri Danizar harus selalu teguh (*The Law of Persistence*). Dalam proses perjalanan hidup untuk membentuk sosok Putri Danizar menjadi seperti sekarang membutuhkan waktu untuk tumbuh dan selama itulah hal yang penting untuk

selalu memperhatikan setiap tahapan dan perkembangan atau tren. Dapat pula dimodifikasikan dengan iklan atau *public relations*. Misalnya salah satu usaha yang sedang dilirik Putri adalah sosial media.

Bagi Putri Danizar, media sosial bahkan kini menjadi lebih dekat dan penting daripada televisi. Masyarakat mengenal bahwa sosial media merupakan sumber info yang paling aktual. Selain itu, saat ini banyak pihak memaknai sosial media sebagai ajang pengekspresian kreativitas dan wadah untuk mengenal orang - orang baru di seluruh dunia. Demikian dengan Putri yang menganggap sosial media merupakan media hiburan yang memberikan info-info terbaru atau bersifat aktual. Walaupun dibeberapa kesempatan dengan sosial media, menjadi wadah untuk dapat menunjukkan berbagai kegiatan, prestasi, dan lain lain. Untuk itu dalam sosial media, memiliki ratusan, ribuan bahkan jutaan pengikut pada akun kita merupakan hal yang penting untuk menjelaskan tingkat popularitas seseorang. Beberapa akun media sosial yang dimiliki dan selalu diperhatikan oleh Putri Danizar dengan jumlah pengikut terbanyak diantaranya adalah *Youtube*, *Instagram* dan *SoundCloud*.

Selain ketiga media sosial yang dijelaskan, Putri Danizar juga memiliki akun di Facebook, Twitter, *Snapchat* yang berfungsi untuk berbagi foto dan video dengan maksimal durasi 10 detik yang lebih aktual (*live*), dan *ask.fm* yang berfungsi sebagai forum tanya jawab, dimana seluruh masyarakat baik yang memiliki maupun tidak memiliki akun *ask.fm* dapat bertanya apa saja yang langsung ditujukan pada Putri Danizar dan Putri Danizar berhak menjawab pertanyaan manapun yang ia terima. Sejauh ini menurut pengakuan Putri Danizar, ia selalu menjawab pertanyaan yang masuk setiap harinya.

Setiap orang pasti ingin berkerja sama dengan orang – orang yang ahli dibidangnya, tetapi selain itu setiap orang juga ingin berkerja dengan orang yang dihargai / dihormati. Umumnya saat membandingkan dua individu, yang lebih unggul adalah orang yang memiliki personaliti yang baik bukan yang memiliki keahlian yang hebat. Putri kembali mengaskan tujuannya dalam membentuk *personal branding* ini, yaitu :

“Membentuk *brandingreal DJ* dengan menunjukkan citra DJ adalah sebuah pendidikan hobi. Bukan hal negatif. Bagaimana caranya saya tampil tanpa harus memakai pakaian terbuka dengan fisik yang bagus, tetapi tetap diterima oleh masyarakat. Dan terus membuat prestasi.”

Parameter *Personal Branding* seseorang dapat dikatakan berhasil, adalah dengan bagaimana pihak lain diluar sana menceritakan tentang diri anda. Dengan berbagai macam usaha yang dilakukan oleh Putri Danizar untuk membentuk *personal branding*, kini Putri Danizar dikenal sebagai sosok *disc jockey* muda

yang sangat berbakat dengan ciri khas dalam setiap penampilan, *entertainer* yang profesional dan sederhana, serta mewakili sosok anak muda yang enerjik dalam budaya pop. Hal tersebut didukung dengan pandangan beberapa rekan kerja Putri Danizar yang menyebutkan bahwa keberadaan Putri Danizar dalam dunia *electronic dance music* (EDM) memberikan pengaruh yang kuat, sebagai *influencer* sehingga lingkungan sosialnya banyak yang tertarik untuk ikut dalam mengikuti perkembangan EDM saat ini.

“Acara di Foundry memang selalu ramai. Tapi, kalau di *line up* ada Putri Danizar-nya biasanya makin penuh *tuh*. Kebanyakan teman-temannya juga yang datang. Soalnya Putri suka *ngajakin* teman-temannya *ngumpul* di sini. Mungkin teman-temannya juga tahu Putri mainnya seru. Sebagian lagi fans-nya. Dari kita berlima DJ di sini, cuma Putri kayaknya yang eksis punya *fansclub*,“ seloroh Gema Putrawan.

Walaupun masih dalam usia belia, Putri Danizar kini tidak bisa dipandang sebelah mata, tidak hanya mengisi *line up* dalam pentas seni sekolah-sekolah se-Indonesia, terbukti Putri Danizar sudah dipercayai untuk mengisi acara dalam acara televisi, *rave party* skala nasional, bermain di berbagai macam klub baik di Indonesia maupun Asia. Menjadi catatan penting bahwa diferensiasi harus tetap dijaga dan dipegang kokoh oleh seseorang yang melakukan *branding*. Branding sendiri memiliki makna yang penting bagi individu yang dapat membedakannya dengan individu lainnya.

KESIMPULAN

Kejadian penting yang dialami Putri Danizar selama menjalani profesi *disc jockey* dalam membentuk *personal branding* dimulai sejak Putri Danizar memutuskan mengikuti pembelajaran di sekolah DJ Spinach dan mendalami *genre* Hip Hop bersama DJ Slide. Dari kejuaraan DJ tingkat nasional maupun internasional dan menjadi *line up* di berbagai *event* nasional diketahui bahwa makna DJ profesional bagi Putri Danizar adalah dengan dapat memainkan banyak *genre* musik, memainkan alat DJ dengan teknik tertentu dan dapat membuat *crowd* mengikuti alur permainan DJ. Terpilih menjadi *semi-resident disc jockey* di sebuah tempat hiburan ternama Jakarta Selatan, The Foundry 8, dan terdaftar menjadi anggota dari *talent management* Trigger Production menjelaskan akan pentingnya relasi baik dengan orang lain dan mendapat *exposure* dari media karena hal itu selain menambah nilai dan popularitas juga membangun kredibilitas dari Putri Danizar.

Selama perjalanan karirnya tidak hanya kesuksesan yang ia rasakan, tentu Putri Danizar juga merasakan masa - masa sulit dan konflik dalam proses hidup

serta kariernya terutama dalam membentuk *personal branding*. Adanya larangan bekerja di diskotik dari pihak keluarga ditanggapi sebagai tempat berkumpulnya penikmat musik dan tempat pendidikan musik. Melalui konflik tersebut Putri Danizar tetap mempertahankan keberadaannya sebagai DJ yang berprestasi, sederhana, profesional, dan Putri Danizar selalu menyertakan keluarganya dalam setiap penampilannya.

Tahapan perjalanan hidup Putri Danizar dalam membentuk sebuah *personal branding* adalah Putri Danizar mengalami proses panjang sejak tahun 2010 untuk membentuk dirinya seperti sekarang menuju *the real disc jockey*. Mengikuti sekolah DJ pada tahun 2011. Mulai bekerja sebagai *disc jockey* yang profesional tentunya sambil selektif menentukan tempat untuk tampil dan mendapatkan penghasilan sendiri. Selain itu, Putri Danizar juga mengoptimalkan media sosial yang ia miliki, serta menantang dirinya untuk memiliki generasi penerus DJ muda dengan memberikan kelas privat kepada salah seorang muridnya. Putri Danizar sudah dikenal dimata orang sebagai sosok *disc jockey* muda yang sangat berbakat dengan ciri khasnya, serta mewakili sosok anak muda yang enerjik dalam budaya pop.

Dari hasil penelitian, peneliti menyarankan Putri Danizar sebaiknya mulai membangun hubungan dan kerja sama yang baik dengan media konvensional misalnya dengan mengundang media saat Putri Danizar tampil di *event-event* tertentu. Karena hal itu dapat membantu Putri dalam membentuk *personal branding* ke tingkat yang lebih tinggi.

Dalam penyampaian *profile* di setiap media sosial Putri Danizar, peneliti merasa sudah cukup baik. Namun, akan lebih baik, bila *profile* tersebut selalu diperbaharui sesuai dengan kebutuhan dan prestasi yang didapatkan Putri Danizar.

Peneliti mendukung keputusan Putri Danizar untuk selektif dalam mengunggah gambar, video, berita dalam akun media sosial Putri Danizar yang kemudian akan bermanfaat dalam membentuk *personal branding*. Namun, peneliti menyarankan agar Putri Danizar semakin giat untuk memperbaharui informasi yang menjadi kebutuhan publik di media sosial, misalnya bila diperlukan dapat mengunggah 2-3 materi setiap hari ke beberapa akun media sosial. Materinya dapat berupa kegiatan harian, *live video* saat latihan atau mengajar, agar dengan demikian masyarakat bisa menilai dan melihat secara visual kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan Putri tidak seperti stigma yang beredar.

Dengan hasil pencapaian yang sudah dicapai, diharapkan dapat berpartisipasi dalam aktivitas lain khususnya lebih aktif untuk dapat menjaga karier yang tengah dijalani sekarang sekaligus mengikuti kesempatan - kesempatan yang berpeluang baik untuk cita - cita di masa depan. Seperti bekerja

sama dengan sekolah DJ lain untuk mengembangkan teknik latihan dari anak didik Putri, menambah jumlah siswa didikan kelas *private* DJ bersama Putri, dan mengikuti workshop tentang Public Relations. Kemudian Putri disarankan untuk mencari kesempatan untuk dapat tampil di kancah Internasional baik melewati ajang perlombaan kembali atau acara - acara kecil, dimana itu akan membawa pengaruh besar untuk keberlangsungan kariernya. Serta Putri disarankan segera merencanakan kegiatan revolusi dari kariernya saat ini, seperti memproduksi lagu ciptaan baru, atau bekerja sama dengan acara radio dan televisi untuk dapat menjadi bintang tamu, dan lain - lain..

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. 2011. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Berger, Peter L. Luckmann, Thomas. 2002. *Tafsir Sosial atas Kenyataan*. Jakarta: LP3S
- Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial; Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Universitas Airlangga Press.
- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks, California: SAGE Publication.
- Creswell, John W. 2010. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Goffman, Erving. 1956. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh: University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre.
- Moleong, L. J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Montoya, Peter dan Tim Vandehey. 2009. *Strategic Personal Branding*. Mumbai: Jaico Publishing House

- Mulyana, Deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazsir, Nasrullah. 2008. *Dinamika Kelompok dan Kepemimpinan*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Oliver, Sandra. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Chartered Institute of Public Relations Jakarta
- Poloma, Margareth. 2004. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta : PT. Raja Grafindo
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Psikologi Komunikasi: edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Satori, D., dan Komariah, A. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Soerjono Soekanto. 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Vardiansyah, Dani. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Indeks.
- West, R., dan Turner, L. H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wasesa, S. A. 2011. *Political Branding & Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

SITUS

- Erika, Monika. 2015. *4 Langkah Membentuk Personal Brand*. Diakses 5 November 2015 dari <http://www.pesona.co.id/article/4-langkah-membangun-personal-brand>
- Handayani, Irda. 2015. *Fenomena DJ Dalam Pergaulan Remaja*. Diakses 3 Oktober 2015 dari http://www.kompasiana.com/irda/fenomena-dj-dalam-pergaulan-remaja_550b7c9fa33311e90f2e3e89
- Kuswandro, Wawan, 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Diakses pada 9 November 2015 dari <http://wkwk.lecture.ub.ac.id/2015/10/metode-penelitian-kualitatif/>

- Konsistensi. 2013. *Wawancara Sebagai Metode Pengumpulan Data*. Diakses 28 November dari: <http://www.konsistensi.com/2013/04/wawancara-sebagai-metode-pengumpulan.html>
- Palallio, Hamzah. 2010. *Fenomenologi*. Diakses 25 November dari: <http://www.hamzahpalalloi.web.id/2010/07/fenomenologi.html>
- Puspitasari, Rosalia. 2013. *Studi Kasus Teori Komunikasi Tradisi Fenomenologi*. Diakses 25 November 2014 dari: <http://rosaliapw.blogspot.com/2013/10/studi-kasus-teori-komunikasi-tradisi.html>
- Rosmanuddin, S. A. 2009. *Validitas dan Reliabilitas*. Diakses 28 November 2015 dari: <http://nahulinguistik.wordpress.com/2009/06/01/validitas-dan-reliabilitas/>
- Tayib, Muhtar. 2013. *Teori Konstruksi Sosial Atas Pekerjaan*. Diakses 28 November 2015 dari <http://muhtartayib.blogspot.co.id/2013/11/teori-konstruksi-sosial-dalam-pekerjaan.html>
- Wasesa, S. A. 2011. *Personal Branding Bersama Mas Silih Agus Wasesa*. Diakses 10 Oktober 2015 dari <http://kagamavirtual.com/2011/08/02/personal-branding-bersama-mas-silih-agung-wasesa/>
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Biografi> Diakses pada 19 Oktober 2015