

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif. OSF Preprints*.
- Abidin Achmad, Z., Ida, R., Program Doktor Ilmu Sosial, M., & Airlangga, U. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & MEdia*, 2.
- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26–37. <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/499>
- Anang Sugeng, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung*.
- Aufirandra, F., Adelya, B., & Ulfah, S. (2017). Komunikasi mempengaruhi tingkah laku individu. *JPGI (Jurnal Penelitian Guru Indonesia)*, 2(2), 9–15. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29210/02219jpgi0005>
- Databoks. (2023, November 28). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,Instagram%20terbanyak%20keempat%20di%20dunia>. Databoks.
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). Personal Branding Dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus Personal Branding Alumni Abang None Jakarta Di Media Sosial “Instagram”). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 149. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1658>
- Kertamukti, R. (2015). INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp). *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 8, 57–66. [https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/41911/13/INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA %28Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam P.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/41911/13/INSTAGRAM_DAN_PEMBENTUKAN_CITRA_%28Studi_Kualitatif_Komunikasi_Visual_dalam_P.pdf)
- Maulana, I. (2023). *Pembentukan Persepsi Remaja Masjid Al-Hidayah Pasca*

Penetapan Sertifikasi Label Halal Mixue.

- Munandar, H., & Suherman, M. (2016). Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media sosial. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2(1), 423–430. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/.v0i0.3270>
- Muslimin, K., & Yusuf, M. D. (2020). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal An-Nida*, 12(2), 140–146. ejournal.unisnu.ac.id
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian. Cipta Media Nusantara.*
- Sari, A. C., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, January 2019. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Sejati, L. I. (2016). *Personal Branding Master of Ceremony Melalui Media sosial Instagram.pdf.pdf.*
- Setiawan, R., & Audie, N. (2020). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI PRESENTASI DIRI PADA MAHASISWI PENDIDIKAN SOSIOLOGI FKIP UNTIRTA. *Community*, 6(1).
- Wardani, Y., Indra Pramana, G., Agung, A., Mirah, S., & Mertha, M. J. (n.d.). *PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PERSONAL BRANDING CALON LEGISLATIF(CALEG) PROVINSI BALI 2019.* <https://ojs.unud.ac.id/index.php/politika/article/download/69818/38184>
- Abdussamad, Z. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif. OSF Preprints.*
- Abidin Achmad, Z., Ida, R., Program Doktor Ilmu Sosial, M., & Airlangga, U. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. . *The Journal of Society & MEdia* , 2.
- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26–37. <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/499>
- Anang Sugeng, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung.*
- Aufirandra, F., Adelya, B., & Ulfah, S. (2017). Komunikasi mempengaruhi tingkah

- laku individu. *JPGI (Jurnal Penelitian Guru Indonesia)*, 2(2), 9–15.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29210/02219jpgi0005>
- Databoks. (2023, November 28).
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,Instagram%20terbanyak%20keempat%20di%20dunia>. Databoks.
- Ievansyah, I., & Sadono, T. P. (2018). Personal Branding Dalam Komunikasi Selebritis (Studi Kasus Personal Branding Alumni Abang None Jakarta Di Media Sosial “Instagram”). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 149. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1658>
- Kertamukti, R. (2015). INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp). *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 8, 57–66. [https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/41911/13/INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA %28Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam P.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/41911/13/INSTAGRAM%20DAN%20PEMBENTUKAN%20CITRA%20Studi%20Kualitatif%20Komunikasi%20Visual%20dalam%20P.pdf)
- Maulana, I. (2023). *Pembentukan Persepsi Remaja Masjid Al-Hidayah Pasca PEnetapan Sertifikasi Label Halal Mixue*.
- Munandar, H., & Suherman, M. (2016). Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media sosial. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2(1), 423–430. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/.v0i0.3270>
- Muslimin, K., & Yusuf, M. D. (2020). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal An-Nida*, 12(2), 140–146. ejournal.unisnu.ac.id
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian. Cipta Media Nusantara*.
- Sari, A. C., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, January 2019. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Sejati, L. I. (2016). *Personal Branding Master of Ceremony Melalui Media sosial Instagram.pdf.pdf*.

Setiawan, R., & Audie, N. (2020). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI PRESENTASI DIRI PADA MAHASISWI PENDIDIKAN SOSIOLOGI FKIP UNTIRTA. *Community*, 6(1).

Wardani, Y., Indra Pramana, G., Agung, A., Mirah, S., & Mertha, M. J. (n.d.). *PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PERSONAL BRANDING CALON LEGISLATIF(CALEG) PROVINSI BALI 2019*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/politika/article/download/69818/38184>

LAMPIRAN

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI DAN PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Jeni Wurandari
 NPM : 2020201109
 Program studi : Ilmu Komunikasi
 Pembimbing : Fitri S. Iskandi, M.I. Kom
 Judul Skripsi : Personel Branding Yadi Muhammad Yulme Sebagai Master of Ceremony Melalui Media Sosial Instagram



No	TANGGAL	CATATAN	PARAF DOSEN
1.	08/12/23	Bimbingan judul skripsi	A/A
2.	14/01/24	Bimbingan judul skripsi	A/A
3.	28/01/24	Bimbingan Bab 1	A/A
4.	04/02/24	Bimbingan Bab 1 Revisi	A/A
5.	15/02/24	Pengajuan Bab 1 dan 2	A/A
6.	23/02/24	Revisi bab 1 dan 2	A/A
7.	06/03/24	Bimbingan Bab 1 dan 2	A/A
8.	17/03/24	Bimbingan Bab 2 dan 3 secara keseluruhan	A/A
9.	31/03/24	Revisi Bab 1 sampai 3	A/A
10.	04/05/24	Bimbingan Bab 1 sampai 4	A/A
11.	09/06/24	Bimbingan Bab 4 Memasukkan kata kunci proposal dan subbab	A/A
12.	12/06/24	Bimbingan Bab 4	A/A
13.	27/06/24	Bimbingan Bab 4 dan 5 Revisi isi	A/A
14.	14/07/24	Bimbingan Bab 4 dan 5 Revisi Penulisan	A/A
15.	19/07/24	Bimbingan Bab 1 sampai 5 Pengesahan dan penandatanganan secara keseluruhan	A/A

Tangerang, 19 Juli 2024.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Pembimbing Skripsi

Dr. Mita Satrio Widi
 NIDN: 0429077605

Fitri S.I. Kom
 NIDN: 0325028304

Biodata Penulis



Jeni Wulandari adalah penulis dalam penelitian skripsi ini. Penulis lahir di Tangerang, 24 Januari 2003 yang merupakan putri tunggal dari pasangan Bapak Waluyo dan Ibu Mursiti. Saat ini penulis tinggal di Perumahan Sari Bumi Indah Blok D26 No. 4, Jl. Nusa Indah XI, Kelurahan Binong, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang. Penulis mengawali pendidikan di TK Al-Ikhlas yang berlokasi di Kelapa Dua pada tahun 2008, Kabupaten Tangerang, Lanjut ke SDN 2 Kelapa Dua pada tahun 2008-2014, Kabupaten Tangerang, Lanjut ke

SMPN 1 Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang pada tahun 2014-2017. Kemudian berlanjut di SMK Siere Cendekia di tahun 2017-2020. Hingga ditahun 2020 bergabung di Universitas Muhammadiyah Tangerang, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi.

Penulis aktif berkegiatan di Organisasi sejak duduk dibangku Sekolah Dasar, hingga saat ini. Aktif mengikuti Olimpiade Sains tingkat Sekolah Dasar peringkat 2 besar dan Sekolah Menengah Pertama peringkat 5 besar. Menjadi Juara Kelas Sejak kelas 3 Sekolah Dasar hingga Sekolah Menengah Kejuruan dengan posisi 3 Besar. Aktif mengikuti Lomba sejak Sekolah Dasar baik Lomba di Internal Sekolah maupun Lomba di Eksternal sekolah. Seperti lomba Paskibraka tingkat Sekolah Dasar Se-Kabupaten Tangerang.

Dibangku perkuliahan penulis aktif berorganisasi di Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan menjabat sebagai Bendahara di tahun 2021-2022. Aktif menjadi Brand Ambassador UMT. Menjadi Anggota Komisi Pemilihan Umum Mahasiswa UMT. Mengikuti pelatihan Kelas Presenter di Banten TV selama 3 bulan pada tahun 2022. Aktif menjadi Master of Ceremony di berbagai kegiatan baik kampus maupun luar kampus dan pencapaian penulis berhasil Lomba Reportase Se-Nasional Di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2024.

Perjalanan penulis dalam menyelesaikan pendidikan tidaklah mudah, tetapi dengan pertolongan dari Allah SWT serta semangat dan dukungan dari orang tua tercinta, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan hingga saat ini. Hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas akhir skripsi sebagai syarat mendapatkan gelar Sarjana ini yang berjudul “*Personal Branding Yadi Muhammad Yusuf sebagai Master of Ceremony* melalui media sosial Instagram”.

Curriculum Vitae



Jeni Wulandari

Master of Ceremony

+62 896 1742 3260
 IG : jeni_wulandr
 Email : jeniwulandr24@gmail.com

SUMMARY

Saya adalah seorang yang menggeluti bidang Public Speaking. Saya telah membawakan Lebih dari ratusan kali Jam di acara baik Formal, Semi Formal dan Non Formal. Dengan Sertifikasi Pelatihan dari Stasiun TV lokal.

PROFIL

TTL : Tangerang, 24 Januari 2003
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam

RELEVANT SKILLS

- Public Speaking
- Voice Talent
- Talent
- Bahasa Inggris
- Microsoft Word
- Microsoft Excel
- Microsoft Power Point
- Editing Vidio

VOLUNTEER WORK AND INTERESTS

Volunteer Event

Member

- Karang Taruna Kelurahan Binong
- Genpi Kota Tangerang
- Brand Ambassador UMT
- Tour Leader Tour & Travel
- Pelatihan Magang Presenter, Host, Newsanchor Radar Banten TV

WORK EXPERIENCE



Administrasi dan Pelayanan
 Lion Parcel, Kabupaten Tangerang
 Juli 2020 - Agustus 2021

- Input paket dan memantau paket
- Mengurus keuangan
- Menyelesaikan paket yang bermasalah

Host and Talent

Media Instagram dan Youtube @Aboutng

- Membuat Konten Vidio
- Voice Over & Talent
- Meliput Tempat di Tangerang
- Menghimpun Konten Instagram dan Youtube

Master Of Ceremony All Event

Memandu berjalannya sebuah acara secara profesional

EDUCATION HISTORY



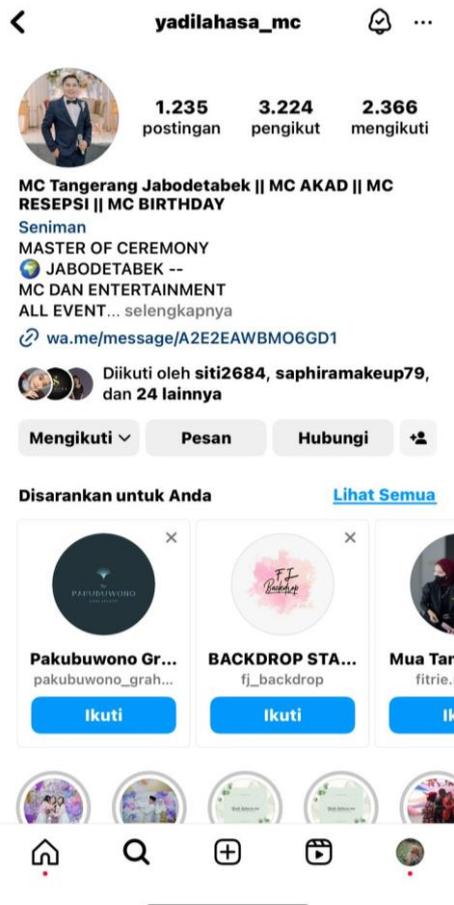
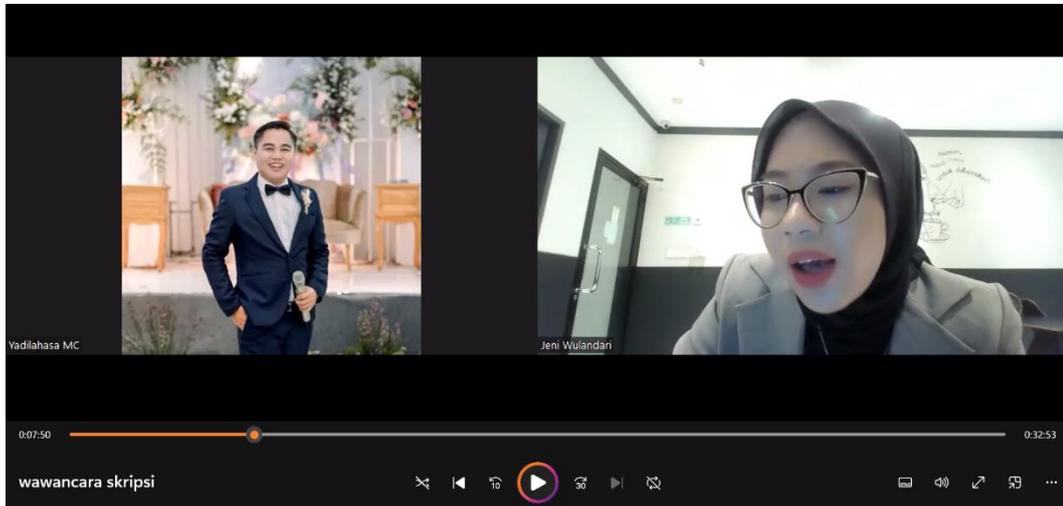
Communication Science
 Muhammadiyah Tangerang University
 2020 - Present

Office Managment
 SMK Siere Cendekia
 2017 - 2020

ORGANIZATIONAL EXPERIENCE

2016 -2017 : Wakil ketua PMR
 2021 - 2022 : Bendahara Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi
 2022 - Present : Anggota Genpi Kota Tangerang
 2020 - Present : Anggota Karang Taruna Kelurahan Binong

Dokumentasi wawancara bersama Yadilahasa



Skripsi_Bab 1 sampai 5_Jeni.docx

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	2%
2	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	1%
3	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
4	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
5	ahadiselvana.com Internet Source	1%
6	journal.ubm.ac.id Internet Source	<1%
7	ejournal.iai-tabah.ac.id Internet Source	<1%
8	eprints.unram.ac.id Internet Source	<1%
9	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<1%

Transkrip Wawancara

Keterangan:

J : Jeni (Peneliti)

Y : Yadilahasa (Narasumber Penelitian)

J : Siapa nama lengkap ka Yadi dan Ka Yadi Asal daerah mana?

Y : Nama asli dan lengkap saya Yadi Muhammad Yusuf, Asli Garut, tapi domisili di Tangerang

J : Berapa Tanggal dan Tahun lahir ka Yadi? Dan Hobi ka Yadi itu apa?

Y : Selasa, 14 Januari 1997, Kalo Hobi aku apa ya? aku suka tampil si, suka nyanyi, dan up didepan orang, dan sekarang dari awalnya hobi jadi kerjaan utama sekarang.

J : Dimana Domisili Ka Yadi Saat Ini?

Y : Babakan Tengah, Legok, Kab. Tangerang

J : Berapa lama ka Yadi terjun sebagai MC?

Y : Aku Jadi MC sejak tahun 2016 – 2018, Waktu itu masih jadi MC dangdut namun beberapa kali bawain acara akad biasa, terus Ketemu MC *wedding* terus ngobrol, dia kasih saran, daripada jadi MC dangdut, mending jadi MC *wedding*. Akhirnya memutuskan jadi MC *wedding*. MC dangdut dari jam 12 siang – 12 malam. Jadi ngerasain banget Perjuangan dari MC dangdut hingga ke MC *wedding* tidak mudah.

J : Ada nama khusus (nama panggung) yang sengaja dipakai oleh ka Yadi sebagai MC?

Y : Ada, nama panggung aku Yadilahasa. Yang sebenarnya arti namanya itu “Yadi Lahir Selasa” jadilah Yadilahasa.

J : Nama panggung Yadilahasa ini sudah dari awal namanya ini ka?

Y : Ngga, dulu nama panggung aku ganti-ganti, dulu pernah Yadilahasan saat jdi MC *wedding* 2019. Nama awal dulu banget pernah yadi bros karena sering pakai bros selama 1 tahun pakai nama panggung itu. Waktu jadi MC gambus pernah namanya MC alziat. Akhirnya yadilahasa menjadi nama panggung yang membawa berkah dan aku gunakan sampai sekarang.

J : Dengan adanya nama panggung ngaruh ke *personal branding*?

Y : Ngaruh banget, dengan nama yadilahasa membawa berkah, menjadi mudah diingat. Karena menurut aku kalo namanya Yadi ajah itu kaya kurang enak ajah, pas disebutnya, kaya kurang pas ajah gitu.

J : Dimana wilayah cakupan ka Yadi sebagai MC?

Y : 5 tahun aku jadi MC *wedding* cakupan wilayah aku adalah Jabodetabek, tapi lebih banyak Jakarta Tangerang, Bekasi Depok dan Bogor, krna jarak agak jauh, jadi dikenakan *transport* tambahan biasanya.

J : Apa alasan ka Yadi akhirnya memilih MC sebagai profesi hingga saat ini?

Y : Karena aku itu seorang yang tidak suka bekerja diorang, terus juga ingin punya waktu yang *fleksibel* dan menyatu dengan hobi. Selain MC aku juga ada usaha, jadi pekerjaan utama MC tapi ada sampingan usaha juga.

J : Kendala sebagai MC yang pernah dialami selama ini?

Y : Yang aku rasa tidak ada kendala yang fatal banget, karena memang hal-hal kecil, yang bisa jadi masalah, itu jadi pembelajaran, Cuma bagaimana cara kita menyikapi keluarga atau yang pesta, karena berbeda kepala berbeda pikiran, jadi ketika bawain acara, ada orang yang merasa paham acara dan mau menonjol, dan bagaimana cara kita menyampaikan ke orang itu bahwa acara yang kita bawa sudah seperti yang ditentukan.

J : Apakah MC adalah cita-cita ka sejak dulu?

Y : Ngga, dulu engga ada cita-cita jadi MC, dulu pas SD suka ditanya cita-citanya apa, kalo temen2 ada yang jawab jadi polisi, dokter, guru, sedangkan aku suka bingung, dulu bercita-cita jadi penyanyi, tapi dulu ngga pede buat nulis itu. Makanya dulu kalo ditanya cita-cita suka bingung.

J : Kalau ada kesempatan, ada yang ajak kakak untuk menjadi (profesi lain) apakah yang akan diterima? Misalnya di *back office*.

Y : Aku akan tetap dengan pendirian aku, yang penting tidak ganggu jadwal aku di MC, karena meninggalkan MC aku ngga bisa, karena sudah mendarah daging, udah nyaman, dalam waktu, hasil dan pendapatan. Misalkan aku *double job*, kaya pindah ke *office* aku bakal mikir-mikir dulu.

J : Apakah ka yadi membatasi bidang tertentu dalam menjalankan profesi sebagai MC ataupun semua bidang yang ditawarkan kakak terima? Misalnya jadi MC Adat, Dan lain-lain.

Y : Aku sih kalo untuk MC, selagi *event* itu berkaitan dengan MC, aku ambil ajah, mau *birthday*, konser, apapun itu, diambil ajh, kalo adat, aku belum, tapi kalo adat sunda bisa. Selagi berkaitan dengan MC diambil, tapi kalo MC adat khusus aku tidak kuasai.

J : Ada minat mempelajari MC adat lain?

Y : Kalo minat mungkin, karena untuk mempelajari butuh waktu dan lama, karena ada pakem dan bahasa yang tidak bisa sembarangan. Belajarnya harus bener-bener dipelajari banget.

J : Selama MC kakak *learning by doing* atau ikut kelas MC?

Y : Aku lebih ke *learning by doing* si, aku juga gk masuk ke komunitas-komunitas MC jadi lebih otodidak.

J : Berbicara mengenai personal brand, apa yang ka Yadi ketahui tentang *personal brand*?

Y : *Personal brand* mungkin cara jualan, dan mempertahankan nama kita untuk berada di sosial media untuk dicari semua orang.

J : Menurut ka Yadi, seberapa penting personal brand bagi seorang MC? Kalo di *rating* 1 sampai 10 berapa nilainya?

Y : Penting banget, karena tanpa ada *personal brand* orang tidak ada yang melirik, kalo 1 sampai 10 aku *ratanya* di 8 atau 9 /10 pentingnya *personal brand*.

J : Seberapa penting peran sosial media, khususnya Instagram dalam membangun *personal brand* ka Yadi ?

Y : Penting banget, apalagi jaman sekarang, jaman milenials, jaman orang menggunakan sosial media, kaya Instagram, Tiktok, Facebook, dan sebisa mungkin kita sebagai MC kadang suka mikirin bagaimana caranya atau bagaimana bisa memiliki konten-konten yg bagus untuk bisa narik orang di sosial media kita.

J : Ada Strategi tidak ka? Dan juga Bagaimana strategi memanfaatkan Instagram untuk membangun *personal brand* sebagai MC?

Y : Ada, starteginya ya itu, upload minimal setelah *event* ada upload di *reels* atau Instagram, seminggu bisa 3 atau 4, yang penting kita bisa kreatif untuk bikin konten yang menarik. 95% konten MC 5% kegiatan sebelum MC.

J : Ada Jam-jam khusus untuk upload?

Y : *Random* ajh untuk jam upload

J : Biasanya untuk take Vidio kakak ada timnya, atau sendiri?

Y : Sebisa mungkin *handle* sendiri karena aku ngga ada tim, jadi di weddingan ketika aku take vidio curi-curi waktu ajh sih.

J : Sejak kapan ka Yadi memanfaatkan Instagram sebagai media pembentuk personal brand sebagai MC?

Y : sejak tahun 2021 atau 2020, semenjak MC *wedding*, kalau dulu tahun 2018, 2016, 2019, insatagram itu belum terlalu up, masih jamannya facebook, twiter, dan sekarang itu orang melirik ke instagram dan tiktok.

J : Apakah ada media sosial lain selain instagram, yang juga digunakan ka Yadi untuk membangun personal brand sebagai MC?

Y : untuk MC lebih ke insagram atau tiktok

J : Tiktok dan instagram insight lebih baik kemana?

Y : lebih ke instagram dibanding tiktok.

J : Mengapa ka Yadi memilih memaksimalkan instagram sebagai media pembentukan personal brand?

Y : yang aku rasa di instagram, biasanya ada beberapa klien yang masuk, tanya price list atau tanya-tanya tentang MC. Kalau di tiktok aku ngga nyematin nomor whatsapp, dan aku jarang buka, jadi mungkin ngga terlalu naik.

J : Fitur instagram apa yang seringkali ka Yadi gunakan?

Y : aku pake semua, tapi lebih sering *reels*, karena menurut aku *reels* lebih banyak yang liat, *reels* juga kan lebih ke umum, ketika orang ngga *follow* kita, vidio kita suka muncul diberanda mereka, kalo feed kan yang mengikuti kita saja.

J : ketika di Upload Direels menyertakan apa saja ka?

Y : biasanya aku sertakan *caption*, *hashtag*, *tag vendor*. *Caption* biasanya paling *event* hari ini, *wedding* siapa, *tag vendor-vendornya*, *tag pengantin*.

J : kalau Hastagnya biasanya kakak punya hastag sendiri atau bagaimana ka?

Y : hastagnya biasanya yang umum, kaya hastag MC *wedding*, MC *event*, MC Jakarta Tangerang

J : Dengan adanya hastag ngaruh gk ka?

Y : ngaruh banget. Jangakauannya jadi lebih luas.

J : *Personal brand* seperti apakah yang ingin dibentuk melalui instagram oleh ka Yadi ? Karakter khusus apa? Ketika aku liat Postingan kakak kan heboh pas MC, itu masuk *personal brand* kakak tidak?

Y : heboh dan *formal* aku share tidak ada yang khusus, memang heboh menjadi yang aku tunjukkan atau tonjolkan, tetapi biasanya aku tergantung *event* dan juga request.

J : Ada tidak Keuntungan yang telah dirasakan setelah melakukan pembentukan *personal brand* melalui instagram?

Y : banyak banget keuntungan, dari kita lebih dikenal orang, jadwal juga alhamdulillah, weekend full setiap bulan, materi alhamdulillah.

J : Identitas seperti apa yang sengaja dicantumkan/diunggah di Instagram ka Yadi?

Y : MC profesional yang *formal* dan heboh, *formal* oke, heboh oke, *slow* oke, sesuai request klien.

J : Apakah ka Yadi mengelola akun instagram secara pribadi?

Y : akun dikelola secara pribadi

J : Bagaimana gaya busana ka Yadi sebagai seorang MC?

Y : yang jelas harus rapih, harus sesuai dengan *event*, tidak menggunakan busana itu itu ajh, kalo bisa setiap minggu ada pergantian busana warna atau jas. Karena cowo identiknya jas, jadi sebisa mungkin bisa *upgrade* tiap minggu. Jasnya paling ditambahin aksesoris.

J : Disesuaikan dengan tema tidak sih ka? Atau kakak mempertahankan identitas yang pakai jas?

Y : balik lagi tergantung *event* klo *wedding* jas atau beskap, kalo untuk *event* konser, kaya casual, kalo *brithday* sesuai tema dia, ada *summer* atau tema profesi dan lain-lain. Jadi kalo *wedding* lebih ke jas, kalo event lain sesuai *requestan*. Tapi tetap perhatikan aksesoris.

J : Adakah kerugian yang dirasakan selama menggunakan instagram saat ini?

Y : sampai saat ini tidak ada alhamdulillah. Lebih banyak keuntungan yang didapatkan

J : Ke depannya, bagaimana rencana ka Yadi dalam upaya membangun *personal brand* sebagai MC?

Y : saat ini belum, kraena memang aku lebih mikirin jadwal-jadwal aku skrng, untuk sosial media dan intagram lebih ngalir ajah si.

J : Dipisah tidak ka instagram pribadi dan MC?

Y : aku pisah, ada pribadi dan MC, tapi aku lebih fokus ke akun MC, dan diakun MC aku hanya posting tentang MC.

Hasil Coding Wawancara Berdasarkan Komponen Pembentuk Personal Branding

No.	Deskripsi	Coding
1.	Yadilahasa yang mempunyai hobi suka tampil di depan orang dan juga bernyayi, membuat ia memilih mendalami profesi sebagai seorang <i>Master of Ceremony</i> , berbekal pengalaman dan kesukaannya di dunia hiburan	Nilai (<i>value</i>)
2.	Berawal dari MC dangdut di Tangerang, hingga akhirnya Yadilahasa merambah menjadi seorang MC di acara-acara wedding, ulang tahun, launching produk, hingga membawakan acara musik di salah satu program TV	Kemampuan dan Keterampilan (<i>skill</i>)
3.	Bermodalkan keinginan dan keterampilan Yailahasa sejak duduk di bangku sekolah ditambah hasil dari pengalamannya, ia menjadi seorang MC belajar secara otodidak.	Kemampuan dan Keterampilan (<i>skill</i>)
4.	Yadilahasa yang selalu konsisten membangun <i>personal branding</i> melalui media sosial <i>instagramnya</i> dan juga terus mengembangkan keterampilan dirinya membuat klien yang melihat akun Instagram @yadilahasa_mc merasa tertarik dan meminta ia untuk membawakan acara.	Perilaku (<i>behaviour</i>)
5.	Yadilahasa selalu menyesuaikan penampilannya (busana) sesuai dengan tema acara yang akan ia bawakan.	Penampilan (<i>total look</i>)
6.	Yadilahasa bisa membawakan acara secara formal dan non formal tergantung event dan request dari clientnya.	Keunikan (<i>uniqueness</i>)

7.	Yadilahasa menyukai pekerjaan yang tidak terlalu mengikat, karena kegemarannya untuk tampil, berprofesi sebagai seorang MC dirasa sangat cocok dengan karakter dan keunggulan dirinya yang sudah ada sejak kecil.	Otentik (<i>authentic</i>)
----	---	------------------------------

Hasil Coding Wawancara Berdasarkan Hukum Personal Branding Peter Montoya dan Tim Vendehey

No.	Deskripsi	Coding
1.	Yadilahasa_mc merupakan salah satu MC yang kondang di Tangerang. Nama “Yadilahasa” merupakan nama panggung yang sengaja ia gunakan di dalam profesinya sebagai seorang MC. Menurutnya nama panggung cukup dianggap penting untuk memudahkan orang lain mengingatnya, sekaligus penanda yang membedakan ia dengan MC lain.	Specialization
2.	Walaupun bukan cita-cita awal yang diinginkan oleh Yadilahasa menjadi seorang MC, ia mengaku tidak akan meninggalkan profesinya saat ini sebagai MC, walaupun ia ditawari untuk terjun ke profesi lain.	Specialization
3.	Kemampuan dan penguasaan yang dimiliki oleh Yadilahasa di bidang MC, membuat dirinya sebagai contoh MC yang professional karena ia mengaku saat memandu sebuah acara kendala yang ia alami tidak terlalu fatal. Hal ini menunjukkan bahwa acara yang dibawakan oleh	Leadership

	Yadilahasa dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang telah ia rencanakan.	
4.	Profesionalisme Yadilahasa sebagai seorang MC tidak perlu diragukan lagi. Hal tersebut dapat dilihat dari dokumentasi postingan kegiatannya dalam memandu acara pada akun Instagram @yadilahasa_mc. Ratusan acara telah berhasil dipandunya, mulai dari acara formal hingga non formal.	Leadership
5.	Yadilahasa tidak membatasi bidang/tema acara dalam memandu acara, namun saat ini ia mengaku bahwa saat ini ia hanya membatasi jika ia diminta membawakan acara dengan adat yang tidak ia kuasai.	Leadership
6.	Yadilahasa telah diterima khalayak luas, baik yang mengenalnya secara langsung ataupun hanya sebagai pengikut di Instagramnya. Hal ini dibuktikan dengan kepercayaan mereka menggunakan jasa Yadilahasa dalam memandu acara mereka. Bahkan client baru banyak yang menaruh kepercayaan kepadanya hanya dengan melihat akun Instagramnya @yadilahasa_mc	Leadership
7.	Yadilahasa merupakan <i>Master of Ceremony</i> yang bias dikatakan <i>Multitalent</i> . Ia bisa membawakan acara dengan formal tapi juga bisa membawakan acara dengan heboh dan ceria.	Personality
8.	Yadilahasa berusaha mengikuti <i>trend</i> dan juga memposting foto dan video di akun Instagramnya untuk memperkuat karakter dan	Personality

	kepribadian dengan menetapkan seperti apa <i>personal branding</i> yang ingin ditunjukkannya.	
9.	Yadilahasa dapat memposisikan diri sebagai <i>Master of Ceremony</i> yang selalu ceria dan heboh	Distinctiveness
10.	Yadilahasa selalu berpenampilan maksimal saat membawakan acara, karena menurutnya yang penting dan harus dimiliki oleh setiap MC adalah tampilan fisik.	Distinctiveness
11.	Strategi Yadilahasa dalam memperbanyak porsi video yang berkaitan dengan profesinya di Instagram adalah satu cara yang digunakan untuk menonjolkan jati dirinya sebagai MC.	Visibility
12.	Cara Yadilahasa dalam membangun <i>personal branding</i> sebagai MC profesional, Yadilahasa sering mengunggah dokumentasi setelah event selesai di Instagram miliknya.	Perencanaan (<i>planning</i>)
13.	Memanfaatkan fitur <i>tag people</i> untuk menandai orang-orang yang terlibat dalam setiap acara yang dipandunya, membuat Yadilahasa merasa mudah ditemukan oleh calon-calon kliennya dan membuat ia lebih terhubung dan membangun relasi dengan orang-orang tersebut.	Meningkatkan Peluang (<i>Leveraging Opportunity</i>)
14.	Pemanfaatan Instagram sebagai pendukung pembentukan <i>personal branding</i> , Yadilahasa merasa dengan menggunakan fitur " <i>explore dan tag people</i> " membuat jangkauan pencarian akun Instagramnya semakin luas.	Ketidaksengajaan (<i>accident</i>)
15.	Yadilahasa berpendirian untuk tetap menjalani profesi sebagai MC meski ia ditawari profesi lainnya.	Unity

16.	<p>Yadilahasa membentuk <i>personal branding</i> melalui akun Instagram @yadilahasa_mc sebagai strategi untuk dapat terus bertahan sebagai MC di era modern ini. Ia selalu memanfaatkan semua fitur di Instagram seperti <i>hashtag dan reels</i> karena menurutnya menguntungkan karena membuat khalayak yang tidak mengenal, bisa tahu dirinya.</p>	Persistence
17.	<p>Selain di dorong oleh passionnya yang kuat, niat untuk menghibur dan membantu memeriahkan acara orang lain menjadikan Yadilahasa mempertahankan profesinya. Niat baik yang didasari oleh <i>passion</i> yang kuat diperlihatkan Yadilahasa saat memosting foto dan videonya di Instagram. Saat memberikan caption foto dan video, tak jarang Yadilahasa menyinggung dengan kalimat yang menginspirasi atau menggelitik.</p>	Goodwill