

**STRATEGI *PERSONAL BRANDING* PADA PENYANYI
LIVE MUSIC DI HOTEL NEO MALIOBORO DAN
CAFE SILOL YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

Program Studi S-1 Musik



Oleh:

Indah Yulita Fatmasari

NIM. 15100450131

Semester Genap 2018/2019

**JURUSAN MUSIK
FAKULTAS SENI PERTUNJUKAN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2019**

**STRATEGI *PERSONAL BRANDING* PADA PENYANYI
LIVE MUSIC DI HOTEL NEO MALIOBORO DAN
CAFE SILOL YOGYAKARTA**

Oleh:

**Indah Yulita Fatmasari
NIM. 15100450131**

**Karya Tulis ini disusun sebagai persyaratan untuk mengakhiri
jenjang pendidikan Sarjana pada Program Studi S1 Musik**

Diajukan kepada

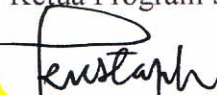
**JURUSAN MUSIK
FAKULTAS SENI PERTUNJUKAN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

Semester Genap, 2018/2019

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Program Studi S-1 Musik (Kode: 91221) ini telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir Jurusan Musik, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dan dinyatakan lulus pada tanggal 4 Juli 2019.

Tim Penguji:
Ketua Program Studi/ Ketua,



Kustap, S.Sn., M.Sn.

NIP. 196707012003121001/ NIDN.
0001076707

Pembimbing I, Anggota



A. Gathut Bintarto T., S.Sos., S.Sn., M.A.

NIP. 197409042006041001/ NIDN.
0004097406

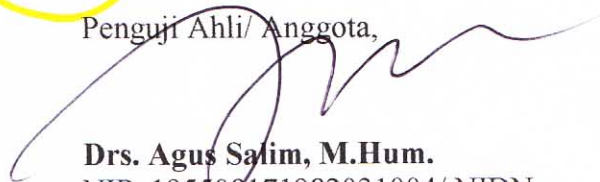
Pembimbing II/ Anggota,



Dra. Rianti Mardalena Pasaribu, M.A.

NIP. 196303281988032001/ NIDN.
0028036302

Penguji Ahli/ Anggota,



Drs. Agus Salim, M.Hum.

NIP. 195508171982031004/ NIDN.
0017085502

Mengetahui,
Dekan, Fakultas Seni Pertunjukan,
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Siswadi, M.Sn.

NIP. 05911061988031001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 4 Juli 2019
Yang membuat pernyataan



Indah Yulita Fatmasari
NIM. 15100450131

*Follow your dreams, believe in yourself and don't give up
(Rachel Corrie)*

*Karya tulis ini saya persembahkan untuk kedua orang tua
Alm. Soehartono dan Ibu Siti Fatimah, saudara kandung
Sandi & Devi serta kasih terbaik Dhany.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Kuasa dengan semua limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat memperoleh derajat Sarjana pada Jurusan Musik, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Proses penelitian dan penyelenggaraan karya tulis ini telah mendapatkan dukungan dan bantuan dari beberapa pihak, oleh karena itu penyusun ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Kustap, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Studi S1 Musik ISI Yogyakarta.
2. Dra. Eritha Rohana Sitorus, M.Hum., selaku Sekretaris Program Studi S1 Musik, FSP ISI Yogyakarta dan selaku dosen wali, yang selalu memberikan dukungan positif selama penulis belajar di kampus ISI Yogyakarta.
3. A. Gathut Bintarto T., S.Sos., S.Sn., M.A., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak dukungan untuk penulisan pada Tugas Akhir ini.
4. Dra. Rianti Mardalena Pasaribu, M.A., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan dukungan bagi penulisan karya Tugas Akhir ini.
5. Drs. Siswanto, M.Hum., selaku dosen mayor pada semester 1 sampai dengan semester 4 yang telah memberikan banyak ilmu selama penulis belajar di kampus ISI Yogyakarta.
6. Dra. Suryati, M.Hum., selaku dosen mayor pada semester 5-6 yang telah memberikan banyak ilmu selama penulis belajar di kampus ISI Yogyakarta.

7. Linda Sitinjak, S.Sn., M.Sn., selaku dosen ensemble vokal klasik yang selalu memberikan dukungan dan ilmu selama penulis belajar di kampus ISI Yogyakarta.
8. Mama Fatma yang telah memberikan dukungan dan doa untuk penulisan Tugas Akhir ini.
9. Kak Sandi dan Kak Devi yang selalu memberikan dukungan moril dan materil selama penulis menempuh studi di kampus ISI Yogyakarta.
10. Dosen dan Karyawan di Jurusan Musik ISI Yogyakarta.
11. Seluruh teman-teman di Jurusan Musik ISI Yogyakarta.
12. Terimakasih pada Dhany yang selalu memberikan dukungan moril dan materil selama penulis menempuh studi di ISI Yogyakarta.
13. Terima kasih pada Mas Caesar yang telah membantu penulisan ini.
14. Terima kasih pada Tami, Devi, Mas Gayus dan teman-teman musisi lainnya yang mempunyai kesempatan untuk memberikan banyak informasi untuk penulisan ini.

Yogyakarta, 16 Juli 2019

Indah Yulita Fatmasari

STRATEGI *PERSONAL BRANDING* PADA PENYANYI *LIVE MUSIC* DI HOTEL NEO MALIOBORO DAN CAFE SILOL YOGYAKARTA DI PROGRAM STUDI MUSIK FSP ISI YOGYAKARTA

Oleh:
Indah Yulita Fatmasari
15100450131

ABSTRAK

Menjadi seorang musisi aktif masa kini bisa menghasilkan pekerjaan yang layak apalagi jika didukung oleh pencitraan diri yang baik melalui media sosial. Hal tersebut dialami pula oleh penyanyi *live music*. Pertambahan jumlah hotel dan cafe serta persaingan yang makin ketat membuat mereka harus pandai-pandai menampilkan *personal branding* yang baik. Oleh karena itu penelitian ini memfokuskan pada cara penyanyi *live music* mem-*branding* dirinya dan mengupas aktivitas-aktivitas yang mendukung upaya pem-*branding* diri tersebut. Melalui metode penelitian kualitatif dengan purposive sampling penyanyi *live music* yaitu Devi dan Tami serta pilihan lokasi di Hotel Neo Malioboro Yogyakarta dan Cafe Silol di pusat Kota Yogyakarta dikumpulkan data penelitian melalui kegiatan wawancara dengan pelaku, observasi lingkungan pekerjaan, dan aktivitas bermusik. Melalui analisis interpretatif ditemukan bahwa kedua sampel melakukan aktivitas *personal branding* dengan menggunakan media sosial *Instagram* dan *Youtube*. Konten video dibuat menggunakan materi *cover* lagu artis populer Indonesia dan mancanegara. Fakta bahwa mereka harus siap bernyanyi selama sekitar empat jam mendorong Devi dan Tami melakukan persiapan fisik yang optimum, selalu memperbaharui perbendaharaan lagu, dan mempersiapkan dengan matang setiap aktivitas penampilan mereka.

Kata Kunci: Strategi, *Personal Branding*, Musik, Penyanyi *Live Music*.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR NOTASI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Tinjauan Pustaka.....	5
E. Metode Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN <i>PERSONAL BRANDING</i>, PENYANYI <i>LIVE MUSIC</i>	
DAN LINGKUNGAN KERJANYA.....	10
A. <i>Personal Branding</i>	10
B. Penyanyi <i>Live Music</i>	20
C. Lingkungan Kerja Penyanyi <i>Live Music</i> di Yogyakarta.....	27
1. Hotel Neo Malioboro Yogyakarta.....	28
2. <i>Live Music</i> di Neo Sky Lounge Hotel Neo Malioboro Yogyakarta.....	32
3. Cafe Silol.....	33
4. <i>Live Music</i> di Cafe Silol.....	38

BAB III PENGELOLAAN AKTIVITAS BERNYANYI YANG MENGARAH PADA PEMBENTUKAN <i>PERSONAL BRANDING</i>.....	41
A. Analisis Situasi <i>Live Music</i> di Hotel Neo Malioboro Yogyakarta.....	41
B. Penyanyi <i>Live Music</i> di Hotel Neo Malioboro Yogyakarta.....	47
C. Analisis Situasi <i>Live Music</i> di Cafe Silol Yogyakarta.....	60
D. Penyanyi <i>Live Music</i> di Cafe Silol Yogyakarta.....	64
E. Perbandingan Strategi <i>Branding</i> Penyanyi <i>Live Music</i> di Hotel Neo Malioboro dan Cafe Silol.....	76
BAB IV PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR NOTASI

Notasi 3.1	Dinamika pada Notasi Lagu Terima Kasih Cinta.....	54
Notasi 3.2	Penggalan Kalimat dan Dinamika Lagu Terima Kasih Cinta pada Birama 7-17.....	54
Notasi 3.3	Bagian <i>Reff</i> dan Penggalan Kalimat Lagu Terima Kasih Cinta.....	55
Notasi 3.4	Improvisasi pada <i>Reff</i> ke-2 Lagu Terima Kasih Cinta.....	55
Notasi 3.5	Pengembangan Motif pada Bagian Lagu Terima Kasih Cinta.....	56
Notasi 3.6	Bagian <i>Verse</i> 1 dari Notasi Lagu Zona Nyaman.....	71
Notasi 3.7	Bagian Dari Notasi Lagu Zona Nyaman.....	71
Notasi 3.8	Bagian Dari Notasi Lagu Zona Nyaman.....	72
Notasi 3.9	Bagian Dari Notasi Lagu Zona Nyaman.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Foto Hotel Neo Malioboro Yogyakarta.....	28
Gambar 2.2 Denah Hotel Neo Malioboro Yogyakarta.....	29
Gambar 2.3 Fasilitas Hotel Neo Malioboro Yogyakarta.....	30
Gambar 2.4 Panggung <i>Live Music</i> di Neo Sky Lounge.....	32
Gambar 2.5 Foto Cafe Silol Yogyakarta.....	33
Gambar 2.6 Denah Cafe Silol Yogyakarta.....	35
Gambar 2.7 Fasilitas Cafe Silol.....	36
Gambar 2.8 Foto Panggung <i>Live Music</i> di Cafe Silol.....	39
Gambar 3.1 Foto Devi Bernyanyi.....	48
Gambar 3.2 <i>Channel Youtube</i> Devi Casthio.....	50
Gambar 3.3 Foto Unique Band.....	61
Gambar 3.4 Foto <i>Close Up</i> Tami Aulia.....	64
Gambar 3.5 Foto Tami Aulia Menggunakan Topi.....	68
Gambar 3.6 Konten Tami Aulia Diambil di <i>Instagram</i> @tamiauliaofficial.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal <i>Live Music</i> Hotel Neo Malioboro.....	42
Tabel 3.2 Daftar 40 Lagu Teratas Hotel Neo Malioboro.....	43
Tabel 3.3 Hasil <i>Performance</i> Devi.....	56
Tabel 3.4 Tabel Kegiatan Devi.....	58
Tabel 3.5 Jadwal <i>Live Music</i> Cafe Silol Bulan Januari 2019.....	60
Tabel 3.6 Daftar 40 Lagu Teratas Cafe Silol.....	62
Tabel 3.7 Analisis Sikap dan Penampilan Tami Aulia pada Lagu Zona Nyaman.....	74
Tabel 3.8 Aktivitas Tami Aulia.....	75
Tabel 3.9 Perbandingan Penyanyi <i>Live Music</i>	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Musik merupakan salah satu dari kebudayaan yang diciptakan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya akan sebuah keindahan. Ungkapan tersebut ditulis oleh Cox Halleluya (kompasiana, 2011) untuk menjelaskan bahwa musik mempunyai fungsi bagi kehidupan manusia. Berkaitan dengan fungsi musik, Merriam dalam bukunya *The Anthropology Of Music* (Merriam, 1964:223) menyatakan ada 10 fungsi dari musik, yaitu sebagai pengungkapan emosional, penghayatan estetis, hiburan, komunikasi, perlambangan, reaksi jasmani, pengesahan lembaga sosial, kesinambungan budaya, pengintegrasian masyarakat dan yang berkaitan dengan norma sosial.

Salah satu fungsi musik yang paling umum ditemui adalah musik sebagai media hiburan. Ronald Pen salah satu Profesor Musik dari Kentucky Amerika mengungkapkan alasan orang mendengarkan musik adalah karena orang tersebut menyukainya. Lebih lanjut dikatakan bahwa tingkat orang menyukai musik berdasarkan cara musik itu menggerakkan orang tersebut. Setidaknya terdapat 3 tingkatan yaitu tingkat pembangkit suasana, tingkat asosiasi pemikiran tertentu, dan tingkat analisis (1992:6-7).

Pada tingkat pembangkit suasana, musik didengarkan secara pasif. Kegiatan ini menjadikan musik semata-mata sebagai kegiatan yang bersifat menghibur, menghilangkan kebosanan atau mengusir penat dan menjadikan

sebuah rasa pemenuhan akan emosi-emosi tertentu seperti seseorang merasa rindu atau sedih. Musik yang didengarkan secara pasif pada tahap tertentu mampu membangkitkan kenangan akan masa lalu atau menstimulasi pemikiran tertentu. Para komposer sering menggunakan kondisi ini untuk menghasilkan sebuah karya baru atau membangkitkan fantasinya mengenai gambaran sebuah kontur bunyi.

Saat seseorang menjadi aktif bermusik ia menempatkan dirinya pada level analitis karena ia sendiri yang menghasilkan bunyi musik tersebut. Telinganya akan menerima dan menginterpretasikan aspek-aspek musikal seperti *ritme*, bentuk lagu, melodi atau dinamika bunyi. Pada tahap ini pemusik bisa dikatakan memiliki kemampuan untuk membuat sebuah penilaian kritis berkenaan dengan kualitas penampilan (Pen, 1992: 5-7).

Pemusik atau yang biasa disebut musisi, selain dapat mengungkapkan perasaan dan emosinya melalui musik, mereka juga dapat menghibur dengan kemampuan yang dimilikinya untuk orang lain melalui musik. Artinya seorang musisi tidak hanya dapat merasakan satu dari sekian banyak fungsi musik, tetapi fungsi musik tersebut juga dapat dirasakan bersamaan jika seorang musisi mengungkapkan perasaan dan emosinya melalui musik sekaligus bertujuan untuk menghibur penonton. Penonton yang terhibur karena mendengarkan musik secara langsung biasanya tidak hanya mendengarkan alunan musik saja, tetapi juga melihat langsung aksi dari seorang musisi tersebut sebagai bentuk penyampaian emosionalnya. Terutama berkenaan dengan musisi penyanyi. Syair lagu yang dibawakan dengan penuh penghayatan akan menuntun hatinya untuk memberikan hiburan sekaligus gambaran imajinasi kepada penonton.

Penyanyi yang mempunyai daya tarik untuk menghibur penonton dengan membuat penonton merasakan bebas dari segala permasalahan yang dihadapi di kehidupan nyata artinya penyanyi tersebut berhasil menjadi seorang *entertainer*. Carrie and David Grant dalam bukunya yang berjudul *Total Singing Tutor* menyatakan ada 4 jenis *performer* dalam bernyanyi yaitu sebagai seorang inspiratif, penggerak, penantang dan penghibur (2007:89). Seorang penyanyi *entertainer* selalu membutuhkan hal-hal yang membuat ia nyaman dengan profesinya. Kenyamanan itu meliputi cara penyanyi tersebut bernyanyi sesuai dengan karakter, warna suara, penampilan fisik dan genre lagu.

Muhammad Mulyadi dalam bukunya yang berjudul *Industri Musik Indonesia: Suatu Sejarah* mengatakan bahwa banyak musisi dan penyanyi tahun 1960 dan 1970-an masih menganggap musik sebagai hobi. Mereka tidak menyatakan menyanyi sebagai pekerjaan mereka (2009:58). Memasang tarif honor pada saat itu bukan hal yang biasa, bahkan untuk artis sekelas Titik Puspa. Pada waktu itu melalui serangkaian info liputan yang dikumpulkan dari media masa surat kabar dikatakan bahwa masyarakat masih memandang negatif profesi musisi (2009: 58-63).

Padahal saat ini profesi penyanyi dalam bermusik sudah menjadi hal yang biasa dan dapat menghasilkan pendapatan yang cukup bagi penyanyi profesional serta dapat membentuk *personal branding* dirinya dengan baik. Hal itu yang kemudian menggiring pandangan masyarakat era modern ini bahwa musik bisa dijadikan aset seseorang untuk mendapatkan penghasilan karena dengan mudahnya akses digital, musik yang dibuat dapat diunggah melalui media

Youtube dan masyarakat dengan segera dapat menikmatinya. Musisi maupun penyanyi yang merasa memiliki aset mulai berlomba-lomba membuat karya yang dapat diunggah melalui media *Youtube*.

Tujuan penyanyi membentuk *personal branding* dirinya melalui media *Youtube* adalah untuk mendapatkan tambahan pendapatan. *Basil Tschaikov* dalam bunga rampai yang berjudul *How Music Works* yang disusun oleh *Keith Spence and Giles Swayne* mengatakan bahwa semakin banyak pemain musik berarti menuntut standar yang lebih tinggi (1983:343). Artinya banyaknya musisi atau penyanyi di daerah tertentu akan bersaing dengan meningkatkan nilai jualnya yang dimiliki. Hal ini yang kemudian menjadikan penyanyi terdorong untuk lebih kompetitif dan membangun *personal branding* yang baik pada dirinya.

Dalam kasus seperti ini, *personal branding* sangat berperan dalam pembentukan karir penyanyi dalam bermusik. Tidak hanya melalui media *Youtube*, penyanyi sendiri bahkan dapat membentuk *personal branding* dirinya melalui sebuah pertunjukan di tempat-tempat *live music* secara langsung. Hal ini yang kemudian menciptakan citra pada masyarakat mengenai penyanyi cafe, dan penyanyi hotel sebagai penyanyi *live music*.

Tantangan yang dihadapi penyanyi *live music* semakin besar khususnya di Yogyakarta. Hal ini seiring dengan pertumbuhan jumlah hotel dan cafe yang bersifat segmental dan membutuhkan hiburan musik dari genre musik tertentu. Hal tersebut masih ditambah pula dengan jumlah grup musik yang semakin menjamur dan tuntutan *manager* hotel maupun cafe untuk membangun citra yang semakin baik agar dapat menjaring pelanggan semakin banyak. Berdasarkan hal

tersebut penelitian ini bermaksud menyoroti upaya-upaya penyanyi *live music* dalam menjalankan strategi *personal branding* mereka di pusat Kota Yogyakarta dengan mengambil tempat di Hotel Neo Malioboro dan Cafe Silol.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pengelolaan aktivitas bernyanyi penyanyi *live music* di Hotel Neo Malioboro Yogyakarta dan Cafe Silol untuk membangun *personal branding* yang baik?
2. Apa saja cara untuk membangun *personal branding* pada penyanyi *live music* di Hotel Neo Malioboro Yogyakarta dan Cafe Silol?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengelolaan aktivitas bernyanyi pada penyanyi *live music* untuk membangun *personal branding* yang baik.
2. Mengetahui cara untuk membangun *personal branding* pada penyanyi *live music* di Hotel Neo Malioboro Yogyakarta dan Cafe Silol.

D. Tinjauan Pustaka

Beberapa sumber buku dan jurnal dijadikan sebagai acuan dalam menyampaikan beberapa pengertian, gagasan, dan konsep yang mendukung dalam penyelesaian penelitian ini. Beberapa sumber yang digunakan pada penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sharon Stohrer (2006) dalam bukunya yang berjudul *The Singer's Companion* memberikan informasi tentang cara berlatih bernyanyi, kesehatan dan

kesadaran tubuh yang mempunyai pengaruh terhadap bernyanyi. Keduanya berperan penting untuk penelitian ini karena memberikan informasi tentang cara-cara menjaga kesehatan tubuh agar dapat bertahan bernyanyi dalam jangka waktu yang cukup lama dan menjadi rutinitas pada penyanyi *live music*. Hal inilah yang kemudian akan memberikan hasil akhir persiapan dan latihan pada saat pentas menjadi gambaran kesiapan dan profesionalitas penyanyi yang pada akhirnya menentukan sikap pendengar.

Ronald Pen (1992) dalam bukunya *The Introduction Of Music* memberikan informasi mengenai cara orang mendengarkan musik, alasan menyukai dan mendengarkan musik serta tingkatan aktivitas kegiatan musik yang dilakukan dari pasif menjadi aktif. Informasi tersebut dijadikan sebagai acuan untuk memahami proses yang dilalui oleh penyanyi *live music* dalam keseharian mereka. Penghasilan yang mereka dapat dari aktivitas bermusik merupakan cerminan totalitas bermusik yang mereka lakukan secara aktif.

Kemudian peneliti juga menemukan sumber penelitian dari Carrie & David Grant (2007) dalam bukunya *Total Singing Tutor* yang memberikan informasi mengenai jenis *performers* yang dapat menunjang seorang penyanyi untuk membangun *personal branding*. Informasi mengenai karakteristik kepribadian penyanyi seperti karakter penghibur (entertainer), karakter penantang (challenger), karakter penginspirasi (inspirasi), dan karakter penggerak (mover) digunakan untuk meninjau karakteristik penyanyi *live music* yang dijadikan sampel penelitian. Peninjauan karakter tersebut juga dilakukan berdasarkan aktivitas bermusik diluar pekerjaan pokok mereka.

Sumber penelitian karya Erik Deckers dan Kyle Lacy yang berjudul *Branding Yourself* juga memberikan wawasan mengenai cara-cara membuat sebuah pencitraan diri di media sosial. Buku ini memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai strategi *personal branding* pada bagian satu dan dua memuat informasi mengenai petunjuk teknis yang sangat jelas dari kebiasaan seseorang yang mampu mendapatkan pencitraan yang baik. Di samping itu dijelaskan pula tentang hal-hal yang perlu dan tidak perlu dilakukan oleh pelaku *personal branding*. Petunjuk tersebut menjadi dasar untuk mengukur aktivitas yang dilakukan oleh objek dalam penelitian ini.

Sumber berikutnya adalah salah satu Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, Volume 2, No. 2 Februari 2018 Universitas Telkom yang berjudul *Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti*. Artikel tersebut ditulis oleh Christhoper Rafael Butar Butar dan Dini Salmiyah Fithrah Ali yang berisi aspek-aspek pendukung yang digunakan untuk membangun *personal branding* pada seorang selebgram. Informasi ini dapat menjadi salah satu acuan cara untuk membangun *personal branding* melalui media sosial.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan responden yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian (Purposive Sampling). Sumardi Suryabrata juga mengatakan penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian (2003:76). Penelitian ini secara

lebih luas disebut dengan penelitian survei dan bermaksud menggali informasi faktual yang mendetail dan mengidentifikasi masalah-masalah untuk mendapatkan justifikasi keadaan dan praktik-praktik yang sedang berlangsung. Di samping itu penelitian ini juga dimaksudkan untuk membuat suatu komparasi dan evaluasi terhadap hal-hal yang dilakukan oleh objek penelitian.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri atau dapat disebut juga sebagai *human instrument*. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah penyanyi *live music* di Hotel Neo Malioboro Yogyakarta dan Cafe Silol.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan beberapa cara sebagai berikut:

a. Observasi

Mengamati *live music* secara langsung dan melihat kondisi maupun suasana yang ada di tempat tersebut untuk mendapatkan data yang akurat.

b. Wawancara

Peneliti akan mengajukan pertanyaan terbuka kepada 2 orang penyanyi yang bekerja sebagai penyanyi *live music*. Wawancara dapat dilakukan beberapa kali saja dengan mempersiapkan pertanyaan penting yang terkait dengan topik penelitian. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan data-data secara lebih spesifik.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Pengumpulan data dalam penelitian ini berupa foto dan video penyanyi *live music* yang sedang bernyanyi dan catatan yang diambil saat proses penelitian.

d. Analisis Data Kualitatif

Setelah memperoleh data di lapangan, peneliti akan melakukan analisis data. Dalam teknik analisis ini menggunakan teknik analisis data kualitatif yang bersifat induktif. Tujuan dari teknik analisis data kualitatif ini adalah untuk menemukan makna dari permasalahan yang diteliti.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun menjadi 4 bab yaitu Bab I Pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan. Bab II terkait Kajian *Personal Branding*, penyanyi *Live Music* dan Lingkungan Kerjanya. Kemudian Bab III berisi pembahasan mengenai Pengelolaan Aktivitas Bernyanyi yang Mengarah pada Pembentukan *Personal Branding* pada Penyanyi *Live Music* di Hotel Neo Malioboro Yogyakarta dan Cafe Silol. Bab IV sekaligus bab terakhir berisi kesimpulan dan saran.