

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

**JURNAL**

**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**

**Indah Yulita Fatmasari, A Gathut Bintarto T, Rianti Mardalena Pasaribu**

Jurusan Musik, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Jalan Parangtritis Km 6,5 Sewon, Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta

Email: IndahYulita, Gathut Bintarto, riantimp@gmail.com

---

### *Abstract*

*Nowadays, being an active musician is a decent job, especially if it is supported by good self-image through social media. This is also experienced by live music singers. The growing number of hotels and cafes and increasingly tight competition requires them to portray good personal branding. Therefore, this research focuses on how live music singers brand themselves and exploring activities that support their self-branding efforts. Through qualitative research methods with purposive sampling of live music singers, namely Tami and Devi, as well as choice of locations at Hotel Neo Malioboro Yogyakarta and Cafe Silol in the center of Yogyakarta City, the research data has been collected through interviews with actors, observations of the work environment, and musical activities. Through interpretive analysis, it was found that the two samples carried out personal branding activities by using social media through Instagram and Youtube. The video content was created using cover material from popular Indonesian and foreign artists' songs. The fact that they have to be ready to sing for about four hours encourages Devi and Tami to do optimal physical preparation, keep on updating the vocabulary of their songs, and preparing for each of their performance activities.*

*Keywords: Strategy, Personal Branding, Music, Live Music Singer.*

### **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*an 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*.

---

Jurusan Musik FSP ISI Yogyakarta  
Program Studi Musik Kode: 91221

Agustus 2020  
Artikel Jurnal Hasil Tugas Akhir

## INTRODUKSI

*Personal branding* adalah suatu citra atau pemikiran yang muncul pada benak pikiran orang terhadap suatu hal yang dilihat atau didengar. Seseorang yang ingin membangun *personal branding* yang baik pada dirinya tentu ingin menciptakan citra dengan cara membentuk *personal branding* dirinya sesuai dengan *passion* yang dimiliki. Membentuk *personal branding* diri sendiri berarti bahwa seseorang menciptakan semacam respon emosional yang ‘tepat’ kepada orang tersebut saat orang lain mendengar namanya disebut, melihatnya saat ‘online’ atau bertemu dalam kehidupan nyata. Membentuk *personal branding* diri juga berarti seseorang bisa membuat beberapa daftar tampilan supaya orang mengenalnya sebagai salah satu atau beberapa karakter yang muncul seperti seorang penyanyi *live music*.

*Personal branding* dibutuhkan oleh seorang *entertainer* seperti penyanyi *live music* dalam berbagai aktivitas-aktivitas yang menuntutnya agar dapat bertahan dalam berbagai situasi yang berhubungan dengan pekerjaan. Banyaknya penyedia jasa *live music* dan banyaknya pertunjukan *live music* yang digelar di cafe dan hotel di Yogyakarta menyebabkan persaingan ketat agar dapat bisa bertahan sebagai seorang musisi khususnya penyanyi *live music*. Hal ini yang kemudian memunculkan pola pikir tentang pembentukan *personal branding* yang baik bagi seorang penyanyi *live music*. Seorang penyanyi perlu mempersiapkan banyak aspek-aspek yang dapat menciptakan citra yang baik terhadap dirinya. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan standar profesionalitas sebagai seorang penyanyi *live music*, mendapat respon positif dari masyarakat, menciptakan relasi atau membentuk jaringan dan mendapat prestasi yang baik.

Membangun *personal branding* diperlukan langkah-langkah dan strategi dalam membentuk karakter diri khususnya untuk seorang penyanyi *live music* seperti meningkatkan kreatifitas, musikal, memiliki relasi yang baik dengan orang sekitar, memiliki pengetahuan yang luas, memiliki kecerdasan, mempunyai karakter yang kuat, memiliki dedikasi yang tinggi terhadap musik, menyukai detail, dan mempunyai target yang sistematis. Seseorang yang ingin membangun *personal branding* pada dirinya perlu mengetahui hal-hal yang boleh

dan tidak boleh dilakukan mengenai cara membentuk *personal branding* diri yang baik, antara lain menjaga sikap, menjaga kesehatan tubuh, menjadi aktif dan terlihat dalam aktifitas, dan menggunakan waktu dengan baik khususnya untuk diri sendiri untuk menyegarkan pikiran.

Beberapa media elektronik ikut membantu seseorang untuk membangun *personal branding* seperti *Youtube* dan *Instagram*. *Youtube* merupakan media berbagi video nomor 1 di dunia, dengan lebih dari 60 jam video diunggah ke *Youtube* setiap jam, dan lebih dari 4 miliar video dilihat perhari. *Youtube* termasuk media yang sangat populer dan cepat untuk menaikkan *personal branding* contohnya yaitu dengan rajin meng-*upload* video setiap hari dengan catatan tetap memperhatikan kualitas video dan konten unggahan. membangun *personal branding* membutuhkan karakter-karakter sikap yang dapat memunculkan keunggulan seseorang dalam proses membentuk *personal branding* dirinya sendiri antara lain:

1. *Authenticity* (Keaslian): dibangun atas kepribadian sejati dalam diri dan mencerminkan karakter, nilai-nilai, dan visi yang dimiliki pribadi.
2. *Integrity* (Integritas): kode moral dan perilaku dalam *personal branding*.
3. *Consistency* (Konsisten): kekonsistenan pesan dan perilaku dalam *personal branding*.
4. *Specialization* (Spesialisasi): fokus terhadap satu bidang bakat atau keterampilan.
5. *Authority* (Wibawa): diakui dalam bidang tertentu, berpengalaman, dan sebagai pemimpin yang efektif.
6. *Distinctiveness* (Kekhasan): bedakan diri berdasarkan merek, unik dan berbeda dari kompetisi.
7. *Relevant* (Relevan): *personal branding* berhubungan dengan khalayak dan dianggap penting.
8. *Visibility* (Visibilitas): *personal branding* disiarkan berkali-kali, terus menerus, konsisten dan berulang kali.
9. *Persistence* (Kegigihan): harus konsisten pada *personal branding* yg dibentuk, membutuhkan dedikasi, pengorbanan, perencanaan dan kesabaran.
10. *Goodwill* (Kebaikan): hubungan baik, pengakuan positif dan bermanfaat.
11. *Performance* (Kinerja): perbaikan diri akan *personal branding*.

Pengertian dan aspek yang mendukung untuk membangun sebuah *personal branding* telah dijabarkan agar pembaca dapat mengetahui dan memahami pentingnya membangun *personal branding*. Selain membahas pengertian dan cara-cara membangun *personal branding*, artikel ini membahas tentang *personal branding* dan cara-cara apa saja untuk membangun *personal branding* bagi seorang penyanyi *live music* sekaligus mengupas aktivitas-aktivitas yang mendukung sebagai pembentukan *personal branding* bagi penyanyi *live music* khususnya di Hotel Neo Malioboro dan Cafe Silol Yogyakarta. Hal tersebut dianalisis dan dijabarkan guna mencari jawaban atas permasalahan yang dihadapi seorang penyanyi *live music* untuk membentuk *personal branding* melalui aktivitas yang dilakukan sebelum dan saat sebuah pertunjukan digelar.

## **METODE**

Guna mencari jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan responden yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian (Proposive 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.

Subjek dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri atau dapat disebut juga sebagai *human instrument*. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah penyanyi *live music* di Cafe Silol dan Hotel Neo Malioboro Yogyakarta. Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan beberapa cara yaitu dengan melakukan observasi, wawancara terhadap salah satu penyanyi *live music* di Hotel Neo Malioboro Yogyakarta dan Cafe Silol, dokumentasi, serta menganalisa permasalahan dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif yang bersifat Induktif.

## HASIL PENELITIAN

Masalah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah bagaimana cara seorang penyanyi *live music* membangun *personal branding* yang baik bagi dirinya agar bisa bertahan dalam profesi yang digeluti dan cara apa saja yang bisa dilakukan untuk membentuk *personal branding* yang baik. Melalui metode penelitian *purposive sampling*, peneliti menemukan data-data melalui observasi dan wawancara langsung terhadap salah satu penyanyi *live music* yang bekerja di Hotel Neo Malioboro dan Cafe Silol yaitu Devi Casthio dan Tami Aulia. Data yang diperoleh sebagai berikut:

### 1. Devi Casthio

Devi adalah salah satu mahasiswa ISI Yogyakarta angkatan 2016 yang menempuh pendidikannya di Prodi Penyajian Musik dan berasal dari Denpasar Bali. Keputusannya untuk kuliah di ISI Yogyakarta yang membuatnya jauh dari orang tua memungkinkannya untuk mencari uang saku tambahan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Meskipun masih berumur 20 tahun, Devi memiliki kualitas vokal yang terlatih dan matang dengan kemampuan menjangkau rentang nada yang luas dari suara dada hingga suara kepala. Dengan rentang nada yang lebar, ia berpeluang mengoptimalkan kreativitas menginterpretasikan lagu dengan baik. Salah satu keunggulan yang dipakai untuk membranding dirinya adalah kemampuannya untuk melakukan improvisasi dengan eksekusi nada yang cepat namun padat yang biasa dikenal dengan riff and runs. Disamping itu ia memiliki karakter suara yang bulat sebagai hasil pengolahan vokalnya bertahun-tahun.

Sebagai bagian dari *personal branding* yang ia bangun, Devi selalu menjaga kepercayaan Gayus sebagai partner kerjanya yang bekerja sebagai pemain keyboard di Hotel Neo Malioboro agar tidak terjadi hal yang buruk seperti ditegur atau bahkan diganti penyanyi lain. Berusaha hadir tepat waktu, menjaga penampilan fisik dengan kostum dan *make up* yang bervariasi namun tetap menarik, dan merawat kesehatan tubuh agar dapat tampil maksimal. Ia memperhatikan perbendaharaan lagu baru dengan menambah 1 atau 2 lagu setiap minggunya agar saat pengunjung *me-request*, ia dapat membawakannya dengan baik.

Devi juga meningkatkan musikalitasnya agar dapat bertahan dalam profesi yang dijalannya. Dukungan yang diberikan kampus ISI Yogyakarta terhadap Devi sebenarnya berupa teori dan alat untuk menunjang ia berlatih ketika di kampus. Selebihnya ia

mengembangkan sendiri dengan belajar dari pengalaman teman-teman sesama penyanyi live music khususnya di Hotel Neo Malioboro. Ia juga memilih membawakan sajian lagu-lagu yang santai dengan iringan keyboard dan berusaha beradaptasi untuk mempelajari lagu-lagu baru dengan cepat dan mengupayakan agar dapat dengan segera siap untuk ditampilkan begitu ia menguasainya.

Devi menganggap faktor kedisiplinan dan penampilan itu penting karena ia sepenuhnya menyadari bahwa hal tersebut menjadi bagian dari sikap profesionalnya. Di samping itu rekan kerja dan manajer akan melihat bahwa faktor kedisiplinan itu menjadi bagian dari kelayakannya untuk bekerjasama membangun citra diri yang baik. Ia menyadari bahwa pencitraan yang baik akan membawa pengaruh yang baik bagi dirinya sendiri maupun bagi rekan kerja dan kelompoknya. Harapannya sikap tersebut akan memberikan citra yang baik di mata manajer maupun *owner* Hotel Neo Malioboro.

Hampir semua penyanyi reguler di Hotel Neo Malioboro mempunyai akun sosial media *Instagram*, *Twitter*, dan *Facebook*. Devi memiliki akun *Youtube* dengan nama *channel youtube* Devi Casthio sebagai portofolio ataupun sebagai wadah menampung kreasi penampilan bernyanyi baik secara *live* maupun hasil rekaman. Dalam hal ini koleksi kreasi tersebut menjadi materi untuk mempromosikan diri secara efektif di luar kegiatan bernyanyi *live music*. Membangun *personal branding* melalui media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan *Channel Youtube* inilah yang kemudian memberikan sebuah pencitraan tambahan bahwa para penyanyi *live music* yang menggunakannya melek teknologi, selalu update memperbaharui ‘lapak penjualan’-nya dan mempopulerkan tampilan fisik serta peningkatam unjuk keterampilannya bernyanyi.

Penampilan secara *live* menjadi sebuah kesempatan mencoba ekspresi penampilan dan kostum baru yang makin elegan. Di samping masukan dari manajer dan penonton evaluasi penampilan bisa juga didapatkan dengan menyempatkan diri mengikuti *event/festival* menyanyi tunggal yang biasanya diselenggarakan di tempat-tempat umum atau pusat perbelanjaan. Hal ini dilandasi dengan pertimbangan bahwa festival yang mereka ikuti sesuai dengan kerja keras persiapan dan ekspektasi mereka untuk menambah pengalaman, memperoleh kejuaraan dan tentu saja besarnya hadiah yang didapat.

Salah satu hal yang kadang-kadang tidak mungkin untuk dihindari adalah manakala penyanyi *live music* tersebut mengalami sakit. Devi sebagai salah satu vokalis yang bekerja di Sky Lounge Hotel Neo Malioboro, tidak mengosongkan jadwal bernyanyi asalkan masih tergolong sakit ringan atau pilek. Sharon Stohrer menyatakan bahwa kesehatan bernyanyi itu sangat penting, jika kita memaksakan untuk bernyanyi, maka akan memperparah keadaan atau memperlambat proses pemulihan (2006:33). Tindakan Devi untuk tetap tampil dalam kondisi kurang fit sebenarnya cukup beresiko. Namun demikian ia akan tetap melakukan dengan pertimbangan kesadaran dalam menghitung beban fisik dan psikis akibat dari pemaksaan diri tersebut. Jika bersikeras tetap tampil, keputusan tersebut selalu dilandaskan pada pertimbangan bahwa ia tidak akan merepotkan penyanyi lain untuk menggantikannya secara mendadak.

Gangguan kesehatan lain yang dialami oleh Devi adalah saat terjadi perubahan kerja hormon menjelang datangnya menstruasi. Gangguan akibat kerja hormonal tubuh ini mengakibatkan ia merasa *off-pitch* atau merasa sulit membidik nada dengan tepat saat menyanyikan lagu dengan nada-nada yang tinggi. Hal ini juga berarti akurasi bidikan

nadanya berkurang saat harus menyesuaikan bidikan nada yang tinggi dengan musik iringannya. Ia juga merasa ada pembengkakan di sekitar tenggorokan yang membuatnya merasa tidak nyaman untuk mengeksekusi cengkok atau hiasan nada yang biasa ia nyanyikan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Stohrer (2006: 36) bahwa ketika seseorang penyanyi wanita mengalami menstruasi, beberapa bagian tubuhnya akan mengalami pembengkakan sehingga berpengaruh terhadap produksi dan suara yang dihasilkan. Antisipasi yang dilakukannya adalah dengan mengosongkan jadwal bernyanyi dan beristirahat sampai ia benar-benar merasa pulih.

Devi selalu memperbaharui lagu dengan menambah koleksi perbendaharaan lagu baru yang menjadi *trend* teratas lagu-lagu populer. Ia menyempatkan diri untuk menghafal lagu baru dengan mendengarkan orang menyanyi melalui video atau secara *live* dan biasanya mengulang-ulang membaca lirik untuk dihafal. Penghafalan lagu dilakukan hanya dengan mendengar saat memiliki waktu senggang. Pada saat kegiatan *live music* ia jarang menghafal tetapi lebih banyak melihat lirik melalui *handphone* kecuali untuk event tertentu seperti mengikuti konser atau festival. Setiap minggu ia juga menghafal sekitar 1 atau 2 lagu untuk dinyanyikan di Hotel Neo Malioboro. Saat Devi siap tampil bernyanyi di Hotel Neo Malioboro, ia tidak membuat daftar lagu melainkan langsung memberikan sejumlah lagu tertentu kepada pemain musik saat di atas panggung. Lagu-lagu yang diberikan kira-kira dipertimbangkan berdasarkan kebiasaan dan kebisaan para pemain musiknya mengiringi lagu tersebut. Lagu-lagu yang dipilih untuk disajikan adalah lagu-lagu *oldies* dan standar pilihan pengunjung seperti *Misty*, *If*, dan *Love*. Meskipun masih dicampur dengan lagu-lagu baru, lagu-lagu yang ditampilkan Devi di Hotel Neo Malioboro bernuansa lembut dengan tempo yang relatif lambat serta tidak ada lagu ber-genre *Electronic Dance Music* (EDM).

Meskipun perbendaharaan lagu Devi banyak, Devi jarang membawakan lagu bergaya dangdut karena ia merasa tidak sesuai dengan karakter suaranya, Walaupun sebenarnya ia dapat membawakan dengan cukup baik, namun ia hanya membawakan lagu dangdut jika ada pengunjung yang *me-request* lagu tersebut. Tidak semua yang *di-request* oleh pengunjung akan dinyanyikan oleh Devi. Jika lagu yang diminta terasa sulit dipersiapkan dalam waktu singkat karena tidak begitu familiar, Devi tidak akan membawakannya. Jika request lagu sudah diberikan pada sesi pertama penampilannya, maka demi memenuhi sikap profesional, Devi akan mendengarkan lagu yang *di-request* setelah ia tampil di sesi pertama. Jika ia merasa mungkin untuk membawakan lagu tersebut maka akan ditampilkan pada sesi berikutnya. Jika lagu tersebut terlalu asing atau sudah jarang dinyanyikan dan pemain musik kesulitan untuk mempelajarinya maka lagu tersebut akan dicoret dari daftar lagu pilihan pengunjung.

## **2. Tami Aulia**

Tami Aulia dan merupakan mahasiswa ISI Yogyakarta yang menempuh pendidikannya di Program Studi Pendidikan Musik Angkatan 2016. Selain memiliki kemampuan di bidang tarik suara atau vocal, Tami adalah seorang gitaris dan *Youtuber* dengan nama *Channel Youtube* Tami Aulia Live Acoustic. Meskipun ia masih berumur 20 tahun, karirnya di dunia penyanyi *live music* biasa dikatakan berkembang dengan pesat. Perempuan yang berasal dari Lombok ini memilih untuk bekerja sebagai penyanyi *live music* sembari menjalankan studinya di ISI Yogyakarta untuk menambah uang saku dan kebutuhan

pribadinya agar dapat tercukupi. Selain itu, ia adalah anak yang mandiri dan pandai dalam bersosialisasi maupun bergaul dengan teman sehingga relasi pertemanannya pun juga sangat banyak.

Tami membangun karirnya dengan melakukan rutinitasnya menjadi penyanyi *live music* di Cafe Silol Bersama Unique Band. Upayanya untuk membangun *personal branding* dilakukan dengan memajang konten-konten video cover lagu yang sedang menjadi trend sehingga mampu membentuk komunitas penggemar yang sekarang menjadi fans Tami. Selain bermusik di Cafe Silol, Kesibukan Tami terfokus pada tiga hal yaitu: menjadi penyanyi *live music*, membuat konten *Youtube*, dan menjalankan kuliahnya di ISI Yogyakarta.

Pengembangan karir di dunia media sosial dibantu oleh tim kreatifnya yaitu Brontok Music Production yang dilakukan sejak awal karir hingga menjadi *Youtuber* seperti saat ini. Tami mengasah kemampuan bernyanyinya dengan bimbingan dari dosen vokal-nya yaitu Ibu Suryati. Bimbingan dari kampus memungkinkannya mendapat fasilitas untuk latihan bermusik seperti piano, *speaker*, dan *microphone*. Ia berusaha meningkatkan kualitas vokal-nya sebagai penyanyi *live music* dan *Youtuber* dengan mempelajari gaya olah vokal penyanyi asli dari video *Youtube* yang berisi lagu yang dicovernya.

Sebagai seorang penyanyi *live music*, Tami sangat memperhatikan penampilan dari pakaian hingga aksesoris. Hal tersebut disadarinya menjadi daya tarik tersendiri bagi para penonton yang menikmati pertunjukannya. Tami menampilkan *personal branding*-nya dengan bernyanyi sambil bermain gitar pada video cover musiknya. Gayanya yang unik dipadukan dengan kostum asimetris yang berkelas dan memakai topi atau headband yang menambah kesan elegan dalam penampilannya. Bersama dengan Brontok Music Production, Tami membuat video yang berkualitas resolusi tinggi dengan konten lagu yang sedang *viral* di *Youtube* maupun yang sedang banyak diminati oleh masyarakat luas. Pengunggahan video cover dilakukan setiap hari dengan tujuan agar videonya semakin mudah terdeteksi oleh pihak *Youtube* dan mendapatkan semakin banyak penonton (*viewer*) dan pelanggan (*subscriber*).

Tidak jauh berbeda dari Devi, Tami juga selalu menjaga sikap terutama berkaitan dengan kedisiplinan waktu. Ia selalu datang 30 menit sebelum *live music* dimulai untuk *check sound*, meminimalisir kendala teknis yang mungkin terjadi saat pentas berlangsung, mengatur keseimbangan *output* bunyi *instrument* dan peralatan elektronik pendukung lainnya melalui *sound monitor*. Hal tersebut dilakukan agar dapat berkomunikasi dengan baik antara pemain satu dengan yang lain ketika di atas panggung.

Tantangan lain yang dihadapi Tami adalah penguasaan teknik vokal agar dapat bernyanyi optimum dalam durasi waktu yang cukup panjang sekali tampil. Teknik vokal yang dimaksud adalah teknik pernapasan dan pengelolaan resonansi secara konsisten. Hal tersebut diakuinya masih membutuhkan latihan yang banyak untuk mengontrolnya. Tidak jarang ia mengalami kelelahan karena secara tidak disadari suaranya terfokus ke tenggorokan. Untuk mengatasinya Tami berguru kepada kakak kelasnya yang bernama Nisfulail Dwi Puspita atau biasa dipanggil Ninis yang memiliki segudang prestasi diantaranya menjuarai Kontes I-Sing Tingkat Nasional dan meraih juara pertama pada tahun 2018. Kesempatan ini digunakan sekaligus untuk meng-*update* teknik vokal. Antisipasi lain yang dilakukan oleh



Tami untuk mengurangi kelelahan saat bernyanyi adalah dengan mengajak vokalis band yang bernama Tofan untuk berduet pada beberapa lagu.

Tami sering mendapat request lagu dari pengunjung Cafe Silol. Jumlah *request* lagu yang diterima berkisar antara 4-10 lagu. Jika lagu yang diminta oleh pengunjung belum dikuasai, Tami akan menolak dengan halus dengan mengganti lagunya tapi masih dari artis yang sama. Selanjutnya Tami akan mempelajari lagu tersebut untuk dibawakan pada penampilan selanjutnya atau minggu depan. Dari situlah Tami memperbanyak perbendaharaan lagunya dan berlatih lagu baru di setiap kesempatan dimanapun ia berada. Bisa jadi ia juga akan melatih lagu tersebut saat ia berada di pusat keramaian karena mendengarkan sambil lalu dan hanya mencoba untuk menghafalkan saja dengan bersenandung.

Untuk urusan konten cover lagu di laman *Youtube*-nya, Tami memilih lagu-lagu pop Indonesia seperti Zona Nyaman (Fourtwnty), Waktu Yang Salah (Fiersa Besari), dan Pelangi di Matamu (Jamrud) dengan tujuan promosi. Video yang diunggah selalu memiliki ketajaman gambar dan kualitas suara yang jernih. Disamping itu tim produksi video Tami sangat memperhatikan tampilan antar muka pada laman *Youtube* sehingga masyarakat dapat mengakses dengan mudah video-video yang dibuat.

Tami membentuk *personal branding*-nya dengan memakai topi atau *headband* pada rambutnya agar mudah dikenal ciri khasnya. Status *postingan Instagram* Tami Aulia Official menegaskan dengan kalimat "girl with a hat" yang mengisyaratkan bahwa Tami ingin dikenal sebagai sosok penyanyi wanita yang identik dengan topi maupun asesoris serupa di rambutnya. Selain asesoris yang ia pakai tersebut, Tami juga ingin membuat dirinya dikenal sebagai penyanyi yang bernyanyi sambil bermain gitar.

Tami berhasil membangun *personal branding* yang baik dan diakui oleh banyak orang melalui kekhasan konten *Youtube* dan *Instagram* yang ia buat sesuai dengan passion dan karakter yang dimilikinya. Sikap, penampilan, dan aktifitas profesional yang dibangun melalui *personal branding* juga menjadi bagian dari pesan moral yang ingin disampaikan kepada masyarakat luas. Tami berpendapat bahwa ekspresi seni yang ditampilkan melalui konten *Youtube* dan *Instagram* adalah sebuah pesan moral untuk menjadi diri sendiri, kreatif, mandiri, dan bertanggung jawab terhadap segala hal yang telah dilakukannya.

Hasil pengamatan aktivitas harian yang dilakukan pada Tami pada saat persiapan pentas *live music* hamper mirip. Namun demikian terdapat tiga aktivitas yang berbeda yaitu Tami jarang membuat konsep susunan lagu yang akan dibawakan yang berisi hanya lagu oldies atau hanya menggunakan satu genre lagu saja. Daftar tersebut dipersiapkan hanya jika ada request lagu dengan genre yang lebih spesifik. Ia hanya memiliki satu perbendaharaan lagu dangdut yang berjudul Syantik yang dipopulerkan oleh Siti Badriah. Selain itu Tami masih merasakan tantangan yang cukup besar untuk bisa mempertahankan konsistensi stamina bernyanyi dalam kisaran waktu yang lebih panjang dari durasi penampilan selama dua jam. Ia merasa perlu mengatur alur lagu agar masih bisa bertahan dalam rentang waktu penampilan setelah melampaui dua jam pertama.

## **DISKUSI**

Berdasarkan judul dari karya tulis ini, ditemukan permasalahan yang sering dihadapi oleh penyanyi pemula yaitu persiapan apa saja yang dibutuhkan untuk bisa menjadi penyanyi profesional, strategi yang digunakan untuk mencapai target, langkah-langkah yang dipakai guna mewujudkan *personal branding* yang baik, latihan apa saja yang dilakukan untuk mendukung performa saat bernyanyi, tentu saja hal ini berkaitan dengan kemampuan musikal. Memiliki bakat vokal memang bagus, namun di era modern seperti sekarang ini kebutuhan dalam sebuah pertunjukan tidak hanya dinilai dari vokal atau suara saja. Faktor eksternal juga sangat mempengaruhi sebuah nilai pertunjukan, dalam hal ini performa seorang penyanyi profesional di cafe dan hotel. Performa secara keseluruhan berarti meliputi pemilihan kostum, pemilihan lagu, penggunaan aksesoris, penguasaan teknis mic dan sound monitor, dan cara berbicara kepada penonton atau audience.

Menciptakan karakter, selain penguasaan teknik vokal, teknis penguasaan mic dan sound monitor, seorang penyanyi harus memiliki karakter yang kuat. Karakter ini bisa dibangun dengan cara memiliki kemampuan menciptakan lagu, memilih genre yang sesuai, memilih lagu dan nada dasar yang sesuai dengan kemampuan vokalnya, memilih kostum panggung yang tepat atau bisa membedakan saat perform *outdoor* dan *indoor*, memilih aksesoris yang pas, dan menjaga energi dengan baik supaya tidak terjadi kelelahan saat bernyanyi. Selain menciptakan dan membentuk karakter, penyanyi *live music* perlu menjaga kesehatan tubuh juga untuk menunjang kualitas suaranya. Tubuh yang sehat adalah salah satu aset paling penting yang menjadi satu kesatuan dengan produksi suara sebagai penunjang *personal branding* agar tetap baik. Oleh karena itu, diperlukan asupan makanan untuk pelepasan otot dan seputar rongga pita suara (Stohrer, 2006:33).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, strategi pengelolaan aktivitas yang dilakukan oleh penyanyi *live music* Tami Aulia dan Devi Casthio adalah dengan fokus untuk memperbaharui lagu yang umumnya di-*request* pengunjung, menjalankan pengaturan aktivitas keseharian dengan tertib dan fokus pada pembentukan citra diri yang baik melalui konten-konten video *youtube* yang mereka buat. Tantangan dan hambatan baik yang bersifat fisik seperti mempertahankan stamina bernyanyi, memperhatikan detail pembawaan lagu, dan pilihan genre musik diantisipasi dengan selalu terbuka untuk menerima masukan dan membenahi kualitas penampilan melalui pembelajaran mandiri maupun berguru secara khusus kepada pelaku penyanyi *live music* serupa yang lebih berpengalaman.

Strategi membangun *personal branding* mereka lakukan dengan bertanggung jawab pada tugas dan jadwal bernyanyi, berusaha memperbaharui lagu dan memberikan tampilan yang menarik dan berkelas saat tampil di panggung. Sebagai penyanyi *live music* yang aktif, mereka membuktikan bahwa pembuatan konten video cover lagu yang mereka lakukan di media sosial *Youtube* dan *Instagram* sangat efektif membentuk pencitraan diri mereka. Hal tersebut memberikan kesan yang baik dalam *personal branding* mereka sebagai penyanyi *live music* di Hotel Neo Malioboro dan Cafe Silol Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Bennet, Dawn. (1988). *Understanding the Classical Music Profession*. Ashgate Publishing Limited: England
- Caesar, R Kumara (2018). *Skripsi*. “Strategi Pemasaran Bisnis Musik di Boni Entertainment Magelang”. Prodi Seni Musik, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.
- Deckers, Erik & Lacy Kyle, (2013). *Branding Yourself: How to Use Social Media to Invent or Reinvent Yourself, Second Edition*, Pearson Education, Inc. Indianapolis, Indian USA
- Grant, David; Grant, Carrie. (2007). *Total Singing Tutor*. Welbeck Publishing Group: London, UK
- Merriam. (1964). *The Anthropology Of Music*. North Western University Press: Chicago
- Mulyadi, Muhammad. (2009). *Industri Musik Indonesia Suatu Sejarah*. Penerbit Koperasi Ilmu Pengetahuan Sosial: Bekasi, Jakarta
- Pen, Ronald. (1992). *Introduction of Music*. McGraw-Hill, Inc: New York, United States of America
- Stohrer, Sharon. (2006). *The Singer’s Companion*. Taylor & Francis Grup: New York, USA
- Suryabrata, Sumadi. (2003). *Metode Penelitian*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Tschaikov, Basil, ”Performer and Audience” dalam bunga rampai Spence Keith and Swayne, Giles (ed). (1983). *How Music Works*. Macmillan Publishing Co., Inc: New York

### Sumber Webtografi:

- Butar-butur, Christoper Rafael dan Ali, Dini Salmiyah, Fitrah, (2018). “Strategi *Personal Branding* Selebgram Non Selebriti” dalam Profesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Volume 2, No. 2, Februari 2018 hlm 86-101 diambil dari <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/12029>, diakses pada jumat, 4 januari 2019 pukul 14.21 WIB
- Dewi, Rina Eriana; Kriesdinar, Mona (ed.). (2013) “PHRI Catat Ada 1.160 Hotel di Yogyakarta” <https://jogja.tribunnews.com/2013/10/31/phri-catat-ada-1160-hotel-di-yogyakarta>, diakses pada rabu, 13 maret 2019 pukul 13.00 WIB
- Krueger, Brian. (2018) “Musician and Singers”, <https://collegegrad.com/careers/musicians-and-singers>, diakses rabu, 20 februari 2019 pada pukul 08.00 WIB

- Lesmana, Ari; Nurohman, Asep; Satria, Roby, (2018) “Zona Nyaman” lirik lagu dari album FourTwnty, “Ego & Fungsi Otak” diambil dari <https://www.azlyrics.com/lyrics/fourtwny/zonanyaman.html>, diakses jumat, 10 mei 2019 pada 15.00 WIB pukul
- Narendra, Karni. (2018) “Bingung Ngopi di Mana? Ke SiLOL Saja”, <https://www.gudeg.net/read/10421/bingung-ngopi-di-mana--ke-silol-saja.html>, diakses pada senin 18 maret 2019 pukul 16.13 WIB
- Nurwigati, Holy Kartika. (2018) “Penasaran Berapa Jumlah Kedai Kopi di Jogja?”,<https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2018/03/03/510/899467/penasaran-berapa-jumlah-kedai-kopi-di-jogja>, diakses pada rabu, 13 maret 2019 pukul 13.00 WIB
- Sidebang, Cox, Haleluya, (2011). “Fungsi Musik Dalam Kehidupan Manusia”, <http://hiburan.kompasiana.com/musik/2011/03/26/fungsi-musik-dalam-kehidupan-manusia/>, diakses pada kamis, 31 januari 2019 pukul 17.41 WIB
- Tobing, Mario Richardo. (2008) “Terima Kasih Cinta” lirik lagu dari album Afgan Syahreza “Confession No. 1” diambil dari <https://lirik.kapanlagi.com/artis/afgan-syahreza/terima-kasih-cinta/>, diakses jumat, 10 mei 2019 pada 15.15 WIB