

BAB III

PEMBAHASAN

A. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah jenis reliabilitas antar-*coder*. Dimana penulis meminta 2 orang yang dipilih menjadi *coder* terlepas dari penulis sendiri, untuk kemudian 2 orang *coder* tersebut akan bertindak sebagai hakim atau pembeding. Penulis akan memberikan lembar *coding* dan penjelasan cara dalam pengisiannya pada 2 orang yang terpilih menjadi *coder*, untuk selanjutnya dapat diisi dengan melihat unggahan-unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014. Hasil dari lembar *coding* yang telah diisi oleh masing-masing *coder* akan dibandingkan, untuk dilihat berapa jumlah persamaan dan perbedaan yang didapatkan.

Penulis dalam penelitian ini bertindak sebagai *coder* 1 atau *coder* pertama, sementara yang akan bertindak sebagai *coder* 2 (kedua) adalah Saudari Astrida Hafilah, seseorang yang telah dipilih untuk menjadi hakim pembeding berdasarkan kategori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Selanjutnya yang akan bertindak sebagai *coder* 3 (ketiga) adalah Saudari Dyah Ayu Salsabila yang telah penulis pilih untuk menjadi hakim pembeding berdasarkan kategori yang juga telah dijelaskan pada bab sebelumnya dalam penelitian ini.

Dalam penelitian analisis isi ini, yang digunakan sebagai alat ukur adalah teori delapan konsep pembentukan *personal branding* menurut Peter Montoya, seperti yang dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Alat Ukur

No.	Unit Analisis	Kategorisasi
1.	<i>Personal Branding</i>	Spesialisasi
		Kepemimpinan
		Kepribadian
		Perbedaan
		Terlihat
		Kesatuan
		Keteguhan
		Nama baik

(Sumber: Olahan Penulis)

Penulis menggunakan formula Holsti atau rumus Holsti dalam uji ini untuk dapat menghitung derajat reliabilitas dari alat ukur diatas, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

CR: *Coefficient reliability* (reliabilitas antar-coder)

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 2

Dalam formula Holsti angka minimum yang ditoleransi ialah 0,7 atau 70%. Dengan kata lain, apabila hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas diatas 0,7 artinya alat ukur tersebut benar-benar reliable. Namun apabila yang dihasilkan adalah sebaliknya, atau dibawah 0,7 berarti *coding sheet* ini bukan alat yang reliable (Eriyanto, 2011).

B. Analisis Isi Unggahan

1. Analisis Isi Unggahan Berdasarkan *Personal Branding* Kategori Spesialisasi

a. Hasil Analisis *Coder 1* dan *Coder 2*

Hasil dari uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori spesialisasi pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Reliabilitas *Coder 1* dan *2* dalam Kategori Spesialisasi

Dimensi	N1	N2	M
<i>Ability</i>	28	30	28
<i>Behaviour</i>	1	1	1
<i>Lifestyle</i>	1	1	1
<i>Mission</i>	8	6	6
<i>Product</i>	23	22	22
<i>Profession-niche within niche</i>	-	-	-
<i>Service</i>	17	19	17
Jumlah	78	79	75

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 2*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori spesialisasi yang memiliki 7 dimensi apabila dilihat pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* tahun 2014, berdasarkan hasil dari analisis penulis yang merupakan *coder 1*, yaitu unggahan yang mengandung isi dari dimensi *ability* terdapat 28 unggahan, dimensi *behavior* terdapat 1 unggahan, dimensi *lifestyle* terdapat 1 unggahan, dimensi *mission* terdapat 8 unggahan, dimensi *product* terdapat 23 unggahan, sedangkan dimensi *profession-niche within niche* tidak ditemukan satupun unggahan, dan dimensi *service* terdapat 17 unggahan. Maka apabila dijumlahkan, kategori spesialisasi yang terdapat dalam unggahan *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 menurut penulis atau *coder 1* adalah sebanyak 78 unggahan (N1).

Sedangkan hasil dari kategori spesialisasi dari hakim pertama atau *coder 2* yaitu, terdapat 30 unggahan dalam dimensi *ability*, 1 unggahan pada dimensi *behavior*, 1 unggahan dalam dimensi *lifestyle*, 6 unggahan dalam dimensi *mission*, 22 unggahan dalam dimensi *product*, sedangkan tidak ada unggahan dalam dimensi *profession-niche within niche*, dan terdapat 19 unggahan dalam dimensi *service*. Maka apabila dijumlahkan, kategori

spesialisasi yang terdapat pada unggahan dalam *blog hellosasachi.com* periode tahun 2014 menurut hakim atau *coder 2* adalah sebanyak 79 unggahan (N2).

Pernyataan yang kemudian disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 2*, yaitu terdapat 28 unggahan yang masuk dalam dimensi *abilty*, 1 unggahan pada dimensi *behavior*, 1 unggahan pada dimensi *lifestyle*, 6 unggahan pada dimensi *mission*, 22 unggahan pada dimensi *product*, tidak ada satupun unggahan pada dimensi *profession-niche within niche*, dan terdapat 17 unggahan pada dimensi *service*. Maka apabila dijumlahkan, kategori spesialisasi yang terdapat pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 yang disetujui oleh dua belah pihak antara *coder 1* dan *2* adalah sebanyak 75 unggahan (M).

Hasil *coefficient reliability* yang didapatkan antara *coder 1* dengan *coder 2* berdasarkan unit analisis spesialisasi, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.75}{78 + 79}$$

$$= \frac{150}{157}$$

$$= 0,95$$

$$= 95 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 2* berdasarkan unit analisis spesialisasi

adalah 0,95 atau 95%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

b. Hasil Analisis *Coder 1* dan *Coder 3*

Dalam tabel di bawah ini dapat terlihat hasil uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori spesialisasi pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.3 Reliabilitas *Coder 1* dan *3* dalam Kategori Spesialisasi

Dimensi	N1	N2	M
<i>Ability</i>	28	25	25
<i>Behaviour</i>	1	1	1
<i>Lifestyle</i>	1	1	1
<i>Mission</i>	8	8	8
<i>Product</i>	23	25	23
<i>Profession-niche within niche</i>	-	-	-
<i>Service</i>	17	17	17
Jumlah	78	78	75

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori spesialisasi yang memiliki 7 dimensi apabila dilihat pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* tahun 2014, berdasarkan hasil dari analisis penulis yang merupakan *coder 1*, yaitu unggahan yang mengandung isi dari dimensi *ability* terdapat 28 unggahan, dimensi *behavior* terdapat 1 unggahan, dimensi *lifestyle* terdapat 1 unggahan, dimensi *mission* terdapat 8 unggahan, dimensi *product* terdapat 23 unggahan, sedangkan dimensi *profession-niche within niche* tidak ditemukan satupun unggahan, dan dimensi *service* terdapat 17 unggahan. Maka apabila dijumlahkan, kategori spesialisasi yang terdapat dalam unggahan *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 menurut penulis atau *coder 1* adalah sebanyak 78 unggahan (N1).

Sedangkan hasil dari kategori spesialisasi dari hakim atau *coder 3* yaitu, terdapat 25 unggahan dalam dimensi *ability*, 1 unggahan pada dimensi *behavior*, terdapat 2 unggahan dalam dimensi *lifestyle*, 8 unggahan dalam dimensi *mission*, 25 unggahan dalam dimensi *product*, sedangkan tidak ada satu pun unggahan dalam dimensi *profession-niche within niche*, dan terdapat 17 unggahan dalam dimensi *service*. Maka apabila dijumlahkan, kategori spesialisasi yang terdapat pada unggahan dalam *blog hellosasachi.com* periode tahun 2014 menurut hakim atau *coder 3* adalah sebanyak 78 unggahan (N2).

Pernyataan yang kemudian disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 3*, yaitu terdapat 25 unggahan yang masuk dalam dimensi *abilty*, 1 unggahan pada dimensi *behavior*, 1 unggahan pada dimensi *lifestyle*, 8 unggahan pada dimensi *mission*, 23 unggahan pada dimensi *product*, tidak terdapat satupun unggahan pada dimensi *profession-niche within niche*, dan terdapat 17 unggahan pada dimensi *service*. Maka apabila dijumlahkan, kategori spesialisasi yang terdapat pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 yang disetujui oleh dua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 3* adalah sebanyak 75 unggahan (M).

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dengan *coder 3* berdasarkan unit analisis spesialisasi, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.75}{78 + 78}$$

$$= \frac{150}{156}$$

$$= 0,96$$

$$= 96 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis spesialisasi adalah 0,96 atau 96%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data

tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

c. Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas Antara *Coder 1* dan *Coder 2* serta *Coder 1* dan *Coder 3*

Pada tabel di bawah ini menunjukkan hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori spesialisasi pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014, yang merupakan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 2* serta *coder 1* dan *coder 3* sebagai berikut:

Tabel 3.4 Reliabilitas Hasil Analisis *Coder 1* dan *2* serta *Coder 1* dan *3* dalam Kategori Spesialisasi

Dimensi	N1	N2	M
<i>Ability</i>	28	25	25
<i>Behaviour</i>	1	1	1
<i>Lifestyle</i>	1	1	1
<i>Mission</i>	6	8	6
<i>Product</i>	22	23	22
<i>Profession-niche within niche</i>	-	-	-
<i>Service</i>	17	17	17
Jumlah	75	75	72

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1* dan *coder 2*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1* dan *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori spesialisasi yang memiliki 7 dimensi apabila dilihat pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* tahun 2014, berdasarkan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 2*, yaitu unggahan yang mengandung isi dari dimensi *ability* terdapat 28 unggahan, dimensi *behavior* terdapat 1 unggahan, dimensi *lifestyle* terdapat 1 unggahan, dimensi *mission* terdapat 6 unggahan, dimensi *product* terdapat 22 unggahan, sedangkan dimensi *profession-niche within niche* tidak ditemukan satupun unggahan, dan dimensi *service* terdapat 17 unggahan. Maka apabila dijumlahkan, kategori spesialisasi yang terdapat dalam unggahan *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 menurut penulis atau *coder 1* adalah sebanyak 75 unggahan (N1).

Sedangkan hasil dalam kategori spesialisasi dari rekapitulasi dari uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 3* yaitu, terdapat 25 unggahan dalam dimensi *ability*, 1 unggahan pada dimensi *behavior*, terdapat 1 unggahan dalam dimensi *lifestyle*, 8 unggahan dalam dimensi *mission*, 23 unggahan dalam dimensi *product*, sedangkan tidak ada satu pun unggahan dalam dimensi *profession-niche within niche*, dan terdapat 17 unggahan dalam dimensi *service*. Maka apabila dijumlahkan, kategori spesialisasi yang terdapat pada

unggahan dalam *blog hellosasachi.com* periode tahun 2014 menurut hakim atau *coder 3* adalah sebanyak 75 unggahan (N2).

Pernyataan yang kemudian disetujui oleh kedua belah pihak antara hasil dari rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 2* serta hasil rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 3*, yaitu terdapat 25 unggahan yang masuk dalam dimensi *abilty*, 1 unggahan pada dimensi *behavior*, 1 unggahan pada dimensi *lifestyle*, 6 unggahan pada dimensi *mission*, 22 unggahan pada dimensi *product*, tidak terdapat satupun unggahan pada dimensi *profession-niche within niche*, dan terdapat 17 unggahan pada dimensi *service*. Maka apabila dijumlahkan, kategori spesialisasi yang terdapat pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 yang disetujui oleh dua belah pihak antara hasil dari rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 2* serta hasil rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 3* adalah sebanyak 72 unggahan (M).

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis spesialisasi, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.72}{75 + 75}$$

$$= \frac{144}{150}$$

$$= 0,96$$

$$= 96 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari perhitungan antara hasil rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 2* serta rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis spesialisasi adalah 0,96 atau 96%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

2. Analisis Isi Unggahan Berdasarkan *Personal Branding* Kategori Kepemimpinan

a. Hasil Analisis *Coder 1* dan *Coder 2*

Hasil dari uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori kepemimpinan antara *coder 1* dan *coder 2* pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5 Reliabilitas *Coder 1* dan *2* Kategori Kepemimpinan

N1	N2	M
12	13	12

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 2*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori kepemimpinan apabila dilihat pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014,

berdasarkan hasil dari *coder* 1 atau penulis sendiri yaitu terdapat sebanyak 12 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori kepemimpinan, sementara menurut *coder* 2 yang bertindak sebagai hakim, terdapat sebanyak 13 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori kepemimpinan, kemudian pernyataan yang disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder* 1 dan *coder* 2 yaitu terdapat sebanyak 12 unggahan (M) yang masuk dalam kategori kepemimpinan.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder* 1 dan *coder* 2 berdasarkan unit analisis kepemimpinan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.12}{12 + 13}$$

$$= \frac{24}{25}$$

$$= 0,96$$

$$= 96 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder* 1 dan *coder* 2 berdasarkan unit analisis kepemimpinan adalah 0,96 atau 96%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

b. Hasil Analisis Isi *Coder 1* dan *Coder 3*

Dalam tabel di bawah ini dapat terlihat hasil uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori kepemimpinan antara *coder 1* dan *coder 3* pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.6 Reliabilitas *Coder 1* dan *3* Kategori Kepemimpinan

N1	N2	M
12	12	12

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori kepemimpinan apabila dilihat pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil dari penulis sebagai *coder 1* terdapat sebanyak 12 unggahan (N1) pada periode tahun 2014 yang masuk dalam kategori kepemimpinan, dan menurut *coder 3* sebagai hakim, terdapat sebanyak 12 unggahan (N2) juga yang masuk dalam kategori kepemimpinan dalam periode tersebut. Sehingga pernyataan yang disetujui kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 3* yaitu sebanyak 12 unggahan (M).

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis kepemimpinan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.12}{12 + 12}$$

$$= \frac{24}{24}$$

$$= 1$$

$$= 100 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis kepemimpinan adalah 1 atau 100%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

- c. Hasil Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas Antara *Coder 1* dan *Coder 2* serta *Coder 1* dan *Coder 3*

Pada tabel di bawah ini menunjukkan hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori kepemimpinan antara *Coder 1* dan *Coder 2* dengan *Coder 1* dan *Coder 3* pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 sebagai berikut:

Tabel 3.7 Reliabilitas Hasil Analisis *Coder 1* dan *2* serta *Coder 1* dan *3* Kategori Kepemimpinan

N1	N2	M
12	12	12

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1 dan *coder* 2

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1 dan *coder* 3

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori kepemimpinan apabila dilihat pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil rekapitulasi uji reliabilitas dari *coder* 1 dan *coder* 2 terdapat sebanyak 12 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori kepemimpinan, sama halnya dengan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas *coder* 1 dan *coder* 3, terdapat sebanyak 12 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori kepemimpinan pada periode tersebut. Sehingga kemudian pernyataan yang sama atau disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder* 1 dan *coder* 2 dengan *coder* 1 dan *coder* 3, terdapat sebanyak 12 unggahan (M) yang masuk dalam kategori kepemimpinan pada periode tahun 2014.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder* 1 dan *coder* 2 dengan *coder* 1 dan *coder* 3 berdasarkan unit analisis kepemimpinan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.12}{12 + 12}$$

$$= \frac{24}{24}$$

$$= 1$$

$$= 100 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari perhitungan antara hasil rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 2* serta rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis kepemimpinan adalah 1 atau 100%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

3. Analisis Isi Unggahan Berdasarkan *Personal Branding* Kategori Kepribadian

a. Hasil Analisis *Coder 1* dan *Coder 2*

Hasil dari uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori kepribadian pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 antara *coder 1* dan 2 dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.8 Reliabilitas *Coder 1* dan 2 Kategori Kepribadian

N1	N2	M
8	7	7

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 2*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori kepribadian apabila dilihat pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014,

berdasarkan hasil dari penulis sebagai *coder* 1 terdapat sebanyak 8 unggahan (N1) yang masuk kedalam kategori kepribadian, sementara menurut *coder* 2 sebagai hakim terdapat sebanyak 7 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori kepribadian pada periode tahun 2014. Sehingga pernyataan yang sama atau disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder* 1 dan *coder* 2 yaitu sebanyak 7 unggahan (M) yang dapat dikategorikan sebagai kepribadian.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder* 1 dan *coder* 2 berdasarkan unit analisis kepribadian, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.7}{8 + 7}$$

$$= \frac{14}{15}$$

$$= 0,93$$

$$= 93\%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder* 1 dan *coder* 2 berdasarkan unit analisis kepribadian adalah 0,93 atau 93%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

b. Hasil Analisis Isi *Coder 1* dan *Coder 3*

Dalam tabel di bawah ini dapat terlihat hasil uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori kepribadian pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 antara *coder 1* dan *coder 3*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.9 Reliabilitas *Coder 1* dan *3* Kategori Kepribadian

N1	N2	M
8	9	8

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori kepribadian apabila dilihat pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil analisis penulis sebagai *coder 1* yaitu terdapat sebanyak 8 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori kepribadian pada tahun 2014, sedangkan menurut *coder 3* sebagai hakim, terdapat 9 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori kepribadian pada periode tahun 2014. Sehingga pernyataan yang sama atau disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 3* yaitu sebanyak 8 unggahan (M) yang dapat dikategorikan sebagai kepribadian.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis kepribadian, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.8}{8 + 9}$$

$$= \frac{16}{17}$$

$$= 0,94$$

$$= 94 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis kepribadian adalah 0,94 atau 94%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

- c. Hasil Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas Antara *Coder 1* dan *Coder 2* serta *Coder 1* dan *Coder 3*

Pada table di bawah ini menunjukkan hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori kepribadian pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 antara *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.10 Reliabilitas Hasil Analisis Coder 1 dan 2 serta Coder 1 dan 3 Kategori Kepribadian

N1	N2	M
7	8	7

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1* dan *coder 2*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1* dan *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori kepribadian apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 berdasarkan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 2* yaitu terdapat sebanyak 7 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori kepribadian, sedangkan apabila dari hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 3* terdapat sebanyak 8 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori kepribadian di periode tahun 2014. Sehingga pernyataan yang sama atau disetujui oleh kedua belah pihak menurut hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* terdapat sebanyak 7 (M) unggahan yang dapat dikategorikan kedalam kategori kepribadian.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis kepribadian, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$\begin{aligned}
 CR &= \frac{2.7}{7 + 8} \\
 &= \frac{14}{15} \\
 &= 0,93 \\
 &= 93 \%
 \end{aligned}$$

Coefficient reliability yang didapat dari perhitungan antara hasil rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 2* serta rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis kepribadian adalah 0,93 atau 93%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

4. Analisis Isi Unggahan Berdasarkan *Personal Branding* Kategori Perbedaan

a. Hasil Analisis *Coder 1* dan *Coder 2*

Hasil dari uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori perbedaan antara *coder 1* dan *coder 2* pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.11 Reliabilitas *Coder 1* dan *2* Kategori Perbedaan

N1	N2	M
8	8	8

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 2*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori perbedaan apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 berdasarkan hasil analisis penulis sebagai *coder 1* yaitu terdapat sebanyak 8 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori kepribadian, sementara menurut *coder 2* sebagai hakim pun sama, yaitu terdapat 8 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori perbedaan pada periode tahun 2014. Sehingga pernyataan yang sama atau disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 2* yaitu sebanyak 8 unggahan (M) yang dapat dikategorikan dalam kategori perbedaan.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* berdasarkan unit analisis perbedaan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.8}{8 + 8}$$

$$= \frac{14}{14}$$

$$= 1$$

$$= 100 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 2* berdasarkan unit analisis perbedaan adalah 1 atau 100%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang

harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

b. Hasil Analisis Isi *Coder 1* dan *Coder 3*

Dalam tabel di bawah ini dapat terlihat hasil uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori perbedaan pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 antara *coder 1* dan *coder 2*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.12 Reliabilitas *Coder 1* dan 3 Kategori Perbedaan

N1	N2	M
8	8	8

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori perbedaan apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil dari analisis penulis yang bertindak sebagai *coder 1* yaitu terdapat sebanyak 8 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori perbedaan, sama halnya dengan hasil menurut *coder 3* sebagai hakim, yaitu terdapat 8 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori perbedaan pada periode tahun 2014. Sehingga pernyataan yang disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 2*

terdapat sebanyak 8 unggahan (M) pada periode tahun 2014 yang dapat dikategorikan kedalam kategori perbedaan.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis perbedaan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.8}{8 + 8}$$

$$= \frac{16}{16}$$

$$= 1$$

$$= 100 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 2* berdasarkan unit analisis perbedaan adalah 1 atau 100%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

- c. Hasil Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas Antara *Coder 1* dan *Coder 2* serta *Coder 1* dan *Coder 3*

Pada tabel di bawah ini menunjukkan hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori perbedaan pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 antara *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* sebagai berikut:

Tabel 3.13 Reliabilitas Hasil Analisis Coder 1 dan 2 serta Coder 1 dan 3 Kategori Perbedaan

N1	N2	M
8	8	8

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1* dan *coder 2*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1* dan *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori perbedaan apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 berdasarkan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 2* yaitu terdapat sebanyak 8 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori perbedaan, sama halnya dengan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 3* yaitu terdapat 8 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori perbedaan pada periode tahun 2014. Sehingga pernyataan yang disetujui oleh kedua belah pihak berdasarkan hasil rekapitulasi uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* yaitu terdapat sebanyak 8 unggahan (M) pada periode tahun 2014 yang dapat dikategorikan kedalam kategori perbedaan.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis perbedaan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$\begin{aligned}
 CR &= \frac{2.8}{8 + 8} \\
 &= \frac{16}{16} \\
 &= 1 \\
 &= 100 \%
 \end{aligned}$$

Coefficient reliability yang didapat dari perhitungan hasil rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 2* serta hasil rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis perbedaan adalah 1 atau 100%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

5. Analisis Isi Unggahan Berdasarkan *Personal Branding* Kategori Terlihat

a. Hasil Analisis *Coder 1* dan *Coder 2*

Hasil dari uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori terlihat yang dilakukan oleh *coder 1* dan *coder 2* pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.14 Reliabilitas *Coder 1* dan *2* Kategori Terlihat

N1	N2	M
2	3	2

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 2*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Pada tabel di atas merupakan kategori terlihat apabila dianalisis dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 berdasarkan hasil analisis penulis sebagai *coder 1* yaitu terdapat sebanyak 2 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori terlihat pada periode tahun 2014, sedangkan menurut *coder 2* sebagai hakim, terdapat sebanyak 3 unggahan (N2) pada periode tahun 2014 yang masuk dalam kategori terlihat. Sehingga pernyataan yang disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 2* terdapat sebanyak 2 unggahan (M) pada periode tahun 2014 yang dapat dikategorikan kedalam kategori terlihat.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* berdasarkan unit analisis terlihat, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.2}{2 + 3}$$

$$= \frac{4}{5}$$

$$= 0,8$$

$$= 80 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 2* berdasarkan unit analisis terlihat adalah

0,8 atau 80%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data diatas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

b. Hasil Analisis Isi *Coder 1* dan *Coder 3*

Dalam tabel di bawah ini dapat terlihat hasil uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori terlihat yang dilakukan oleh *coder 1* dan *coder 3* pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.15 Reliabilitas *Coder 1* dan *3* Kategori Terlihat

N1	N2	M
2	2	2

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori terlihat yang apabila dianalisis dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil analisis dari penulis yang bertindak sebagai *coder 1* yaitu terdapat 2 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori terlihat, sama halnya dengan menurut hasil analisis *coder 3* yang bertindak sebagai hakim, yaitu terdapat sebanyak 2 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori terlihat. Sehingga pernyataan yang

disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 3* dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 terdapat sebanyak 2 unggahan (M) yang dapat dikategorikan kedalam kategori terlihat.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis terlihat, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.2}{2 + 2}$$

$$= \frac{4}{4}$$

$$= 1$$

$$= 100 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis terlihat adalah 1 atau 100%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

- c. Hasil Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas Antara *Coder 1* dan *Coder 2* serta *Coder 1* dan *Coder 3*

Pada table di bawah ini menunjukkan hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori terlihat pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 antara *coder 1* dan *coder 2* serta *coder 1* dan *coder 3* sebagai berikut:

Tabel 3.16 Reliabilitas Hasil Analisis Coder 1 dan 2 serta Coder 1 dan 3 Kategori Terlihat

N1	N2	M
2	2	2

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1* dan *coder 2*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1* dan *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori terlihat apabila dianalisis dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 berdasarkan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 2*, yaitu terdapat 2 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori tersebut, sama halnya dengan menurut hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 3* yang menunjukkan sebanyak 2 unggahan (N2) juga yang disetujui masuk dalam kategori tersebut. Sehingga untuk pernyataan yang disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3*, yaitu terdapat 2 unggahan (M) yang masuk dalam kategori terlihat.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis terlihat, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$\begin{aligned}
 CR &= \frac{2.2}{2 + 2} \\
 &= \frac{4}{4} \\
 &= 1 \\
 &= 100 \%
 \end{aligned}$$

Coefficient reliability yang didapat dari perhitungan antara hasil rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 2* serta rekapitulasi uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis terlihat adalah 1 atau 100%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

6. Analisis Isi Unggahan Berdasarkan *Personal Branding* Kategori Kesatuan

a. Hasil Analisis *Coder 1* dan *Coder 2*

Hasil dari uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori kesatuan pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 anatar *coder 1* dan *coder 2* dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.17 Reliabilitas *Coder 1* dan *2* Kategori Kesatuan

N1	N2	M
4	4	4

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 2*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori kesatuan apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil dari analisis penulis yang bertindak sebagai *coder 1* yaitu, terdapat sebanyak 4 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori kesatuan, sama halnya dengan hasil menurut *coder 2* yang bertindak sebagai hakim, yaitu terdapat sebanyak 4 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori kesatuan pada periode tersebut. Sehingga untuk pernyataan yang disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 2*, dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 terdapat sebanyak 4 unggahan (M) yang masuk dalam kategori kesatuan.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* berdasarkan unit analisis kesatuan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.4}{4 + 4}$$

$$= \frac{8}{8}$$

$$= 1$$

$$= 100 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 2* berdasarkan unit analisis kesatuan adalah 1 atau 100%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

b. Hasil Analisis Isi *Coder 1* dan *Coder 3*

Dalam tabel di bawah ini dapat terlihat hasil uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori kesatuan pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 antara *coder 1* dan *coder 2*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.18 Reliabilitas *Coder 1* dan 3 Kategori Kesatuan

N1	N2	M
4	5	4

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori kesatuan apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil dari analisis penulis yang bertindak sebagai *coder 1* terdapat sebanyak 4 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori kesatuan, sedangkan hasil analisis menurut *coder 3* terdapat

sebanyak 5 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori kesatuan pada periode tahun 2014. Sehingga untuk pernyataan yang disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 3*, dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 terdapat sebanyak 4 unggahan (M) yang dapat dikategorikan sebagai kategori kesatuan.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis kesatuan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.4}{4 + 5}$$

$$= \frac{8}{9}$$

$$= 0,89$$

$$= 89 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis kesatuan adalah 0,89 atau 89%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

- c. Hasil Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas Antara *Coder 1* dan *Coder 2* serta *Coder 1* dan *Coder 3*

Pada tabel di bawah ini menunjukkan hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori kesatuan pada

unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 antara *coder* 1 dan *coder* 2 dengan *coder* 1 dan *coder* 3, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.19 Reliabilitas Hasil Analisis *Coder* 1 dan 2 serta *Coder* 1 dan 3 Kategori Kesatuan

N1	N2	M
4	4	4

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1 dan *coder* 2

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1 dan *coder* 3

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori kesatuan yang apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas *coder* 1 dan *coder* 2, yaitu terdapat sebanyak 4 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori kesatuan, sama halnya dengan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas antara *coder* 1 dan *coder* 3, yaitu terdapat sebanyak 4 unggahan (N2) yang disetujui masuk dalam kategori kesatuan. Sehingga pernyataan yang kemudian disetujui oleh kedua belah pihak yaitu antara *coder* 1 dan *coder* 2 dengan *coder* 1 dan *coder* 3 adalah terdapat sebanyak 4 unggahan (M) yang dikategorikan kedalam kategori kesatuan.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder* 1 dan *coder* 2 dengan *coder* 1 dan *coder* 3 berdasarkan unit analisis kesatuan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.4}{4 + 4}$$

$$= \frac{8}{8}$$

$$= 1$$

$$= 100 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari perhitungan antara hasil rekapitulasi uji reliabilitas *coder* 1 dan *coder* 2 serta rekapitulasi uji reliabilitas *coder* 1 dan *coder* 3 berdasarkan unit analisis kesatuan adalah 1 atau 100%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

7. Analisis Isi Unggahan Berdasarkan *Personal Branding* Kategori Keteguhan

a. Hasil Analisis *Coder* 1 dan *Coder* 2

Hasil dari uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori keteguhan pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 yang dilakukan oleh *coder* 1 dan *coder* 2 dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.20 Reliabilitas Coder 1 dan 2 Kategori Keteguhan

N1	N2	M
5	4	4

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 2*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori keteguhan apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil dari analisis penulis yang bertindak sebagai *coder 1* terdapat sebanyak 5 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori keteguhan, sedangkan menurut hasil dari analisis *coder 2* yang bertindak sebagai hakim, terdapat sebanyak 4 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori keteguhan pada periode tersebut. Sehingga pernyataan yang disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 2* yaitu, sebanyak 4 unggahan (M) yang dapat dikategorikan dalam kategori keteguhan pada *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* berdasarkan unit analisis keteguhan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.4}{5 + 4}$$

$$= \frac{8}{9}$$

$$= 0,89$$

$$= 89 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 2* berdasarkan unit analisis keteguhan adalah 0,89 atau 89%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

b. Hasil Analisis Isi *Coder 1* dan *Coder 3*

Dalam tabel di bawah ini dapat terlihat hasil uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori keteguhan pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 antara *coder 1* dan *coder 3*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.21 Reliabilitas *Coder 1* dan *3* Kategori Keteguhan

N1	N2	M
5	4	4

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori keteguhan apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil dari analisis penulis yang bertindak sebagai *coder 1* terdapat sebanyak 5 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori keteguhan, sedangkan menurut hasil analisis dari *coder 2* yang bertindak sebagai hakim, terdapat sebanyak 4 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori keteguhan. Sehingga pernyataan yang disetujui bersama kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 2*, dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 terdapat 4 unggahan (M) yang dapat dikategorikan kedalam kategori keteguhan.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis keteguhan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.4}{5 + 4}$$

$$= \frac{8}{9}$$

$$= 0,89$$

$$= 89 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis keteguhan adalah 0,89 atau 89%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data

tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

- c. Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas Antara *Coder 1* dan *Coder 2* serta *Coder 1* dan *Coder 3*

Pada tabel di bawah ini menunjukkan hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori keteguhan pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 antara *coder 1* dan *coder 2* serta *coder 1* dan *coder 3*, sebagai berikut:

Tabel 3.22 Reliabilitas Hasil Analisis *Coder 1* dan *2* serta *Coder 1* dan *3* Kategori Keteguhan

N1	N2	M
4	4	4

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1* dan *coder 2*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1* dan *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori keteguhan yang apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 2*, yaitu terdapat sebanyak 4 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori keteguhan, sama halnya dengan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 3*, yaitu terdapat sebanyak 4 unggahan (N2) yang disetujui masuk dalam kategori

keteguhan. Sehingga pernyataan yang kemudian disetujui oleh kedua belah pihak yaitu antara *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* adalah terdapat sebanyak 4 unggahan (M) yang dikategorikan kedalam kategori keteguhan pada *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis keteguhan, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.4}{4 + 4}$$

$$= \frac{8}{8}$$

$$= 1$$

$$= 100 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari perhitungan hasil rekapitulasi uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis keteguhan adalah 1 atau 100%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

8. Analisis Isi Unggahan Berdasarkan *Personal Branding* Kategori

Nama Baik

a. Hasil Analisis *Coder 1* dan *Coder 2*

Hasil dari uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori nama baik antara *coder 1* dan *coder 2* pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.23 Reliabilitas *Coder 1* dan *2* Kategori Nama Baik

N1	N2	M
3	2	2

(Sumber: Olahan penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 2*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori nama baik apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil dari analisis penulis yang bertindak sebagai *coder 1* terdapat sebanyak 3 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori nama baik, sedangkan menurut hasil dari analisis *coder 2* yang bertindak sebagai hakim, terdapat sebanyak 2 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori nama baik pada periode tersebut. Sehingga pernyataan yang disetujui oleh kedua belah pihak antara *coder 1* dan *coder 2* yaitu, sebanyak 2 unggahan (M) yang dapat dikategorikan

dalam kategori nama baik pada *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* berdasarkan unit analisis nama baik, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.2}{3 + 2}$$

$$= \frac{4}{5}$$

$$= 0,8$$

$$= 80 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 2* berdasarkan unit analisis nama baik adalah 0,8 atau 80%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

b. Hasil Analisis Isi *Coder 1* dan *Coder 3*

Dalam tabel di bawah ini dapat terlihat hasil uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori nama baik pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 yang dilakukan oleh *coder 1* dan *coder 3*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.24 Reliabilitas Coder 1 dan 3 Kategori Nama Baik

N1	N2	M
3	2	2

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 3

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori nama baik apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil dari analisis penulis yang bertindak sebagai *coder* 1 terdapat sebanyak 3 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori nama baik, sedangkan menurut hasil analisis dari *coder* 2 yang merupakan seorang yang menjadi hakim, terdapat sebanyak 2 unggahan (N2) yang masuk dalam kategori keteguhan. Sehingga pernyataan yang disetujui bersama kedua belah pihak antara *coder* 1 dan *coder* 3, dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 terdapat 2 unggahan (M) yang dikategorikan kedalam kategori nama baik.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder* 1 dan *coder* 3 berdasarkan unit analisis nama baik, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.2}{3 + 2}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{4}{5} \\
&= 0,8 \\
&= 80 \%
\end{aligned}$$

Coefficient reliability yang didapat dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis nama baik adalah 0,8 atau 80%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

- c. Hasil Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas Antara *Coder 1* dan *Coder 2* serta *Coder 1* dan *Coder 3*

Pada tabel di bawah ini menunjukkan hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *personal branding* kategori nama baik antara *coder 1* dan *coder 2* serta *coder 1* dan *coder 3* pada unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode 2014 sebagai berikut:

Tabel 3.25 Reliabilitas Hasil Analisis *Coder 1* dan *2* serta *Coder 1* dan *3* Kategori Nama Baik

N1	N2	M
2	2	2

(Sumber: Olahan Penulis)

Keterangan:

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1* dan *coder 2*

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder 1* dan *coder 3*

M : Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

Tabel di atas merupakan kategori nama baik yang apabila dilihat dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014, berdasarkan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas *coder 1* dan *coder 2*, yaitu terdapat sebanyak 2 unggahan (N1) yang masuk dalam kategori nama baik, sama halnya dengan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 3*, yaitu terdapat sebanyak 2 unggahan (N2) yang disetujui masuk dalam kategori nama baik. Sehingga pernyataan yang kemudian disetujui oleh kedua belah pihak yaitu antara *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* adalah terdapat sebanyak 2 unggahan (M) yang dikategorikan kedalam kategori keteguhan pada *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014.

Hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis nama baik, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2.2}{2 + 2}$$

$$= \frac{4}{4}$$

$$= 1$$

$$= 100 \%$$

Coefficient reliability yang didapat dari perhitungan hasil rekapitulasi uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* berdasarkan unit analisis nama baik adalah 1 atau

100%. Apabila dilihat dari syarat minimal angka yang harus dihasilkan berdasarkan formula Holsti, maka data tersebut telah reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan dari data di atas telah lebih dari 0,7 atau 70%.

C. *Personal Branding* Paling Dominan

Pada tabel berikut ini menunjukkan hasil perhitungan dari analisis *personal branding* yang paling dominan dari teori delapan konsep pembentukan *personal branding* menurut Peter Montoya yang terdapat pada 120 unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014.

Tabel 3.26 *Personal Branding* yang Paling Dominan

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Spesialisasi	72 unggahan	64,86%
2.	Kepemimpinan	12 unggahan	10,81%
3.	Kepribadian	7 unggahan	6,31%
4.	Perbedaan	8 unggahan	7,21%
5.	Terlihat	2 unggahan	1,80%
6.	Kesatuan	4 unggahan	3,60%
7.	Keteguhan	4 unggahan	3,60%
8.	Nama Baik	2 unggahan	1,80%
Jumlah		111 unggahan	100,00%

(Sumber: Olahan Penulis)

Dapat terlihat dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari total 120 unggahan yang ada dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014,

setelah mendapatkan hasil verifikasi analisis isi dari semua *coder*, diketahui terdapat sebanyak 111 unggahan yang mencerminkan *personal branding* Sasyachi dengan menggunakan ukuran dari teori delapan konsep pembentukan *personal branding* menurut Peter Montoya. Kemudian dilihat dari perolehan persentase yang telah dicantumkan dalam tabel, dapat diketahui bahwa *personal branding* yang paling dominan adalah *personal branding* kategori spesialisasi yang memperoleh persentase sebesar 64,86% dengan total unggahan sebanyak 72 unggahan dalam satu tahun periode 2014.

Dari semua hasil verifikasi kategori unit analisis, yang memiliki persentase terbesar kedua yaitu kategori kepemimpinan yang memperoleh persentase sebesar 10,81% dengan total 12 unggahan. Kemudian kategori perbedaan yang mendapatkan persentase sebesar 7,21% dengan total 8 unggahan, disusul dengan kategori kepribadian yang mendapatkan persentase sebesar 6,31% dengan 7 unggahan, selanjutnya adalah kategori kesatuan dan keteguhan yang sama-sama memiliki persentase sebesar 3,60% dengan total 4 unggahan, sedangkan angka persentase paling kecil ditempati oleh kategori terlihat dan nama baik, dimana hanya mendapatkan angka persentase sebesar 1,80% dengan total 2 unggahan.

Dari hasil tersebut juga dapat terlihat bahwa dalam *blog hellosasyachi.com* telah terdapat semua unsur pembentukan *personal branding* yang kuat berdasarkan teori delapan konsep *personal branding* (*the eight laws of personal branding*) menurut Peter Montoya. Kategori

spesialisasi yang menjadi *personal branding* paling dominan dalam *blog hellosasyachi.com* periode tahun 2014 meliputi *ability, behaviour, lifestyle, mission, product, profession-niche within niche*, dan *service*. Kategori spesialisasi memiliki paling banyak unggahan pada dimensi *ability* yaitu unggahan yang menunjukkan kemampuan Sasyachi dalam menghasilkan *tutorial make up* dengan menirukan gaya *make up idol* korea maupun gaya *make up* biasa namun dengan menggunakan *korean beauty style*. Adanya dominan dalam kategori tersebut mencerminkan *personal branding* yang dibangun oleh Sasyachi dapat mudah diingat oleh orang-orang dan menjadikannya memiliki keunggulan dan keunikan dibanding dengan *beauty blogger* lain sebagai seorang *beauty blogger* spesialisasi *k-pop* atau *Korean beauty*. Kategori *personal branding* tersebut menjadi *personal branding* paling kuat yang ditunjukkan oleh Sasyachi dalam *blog hellosasyachi.com* pada tahun 2014. Sehingga dengan semua unggahan yang ada pada *blog hellosasyachi.com* pada tahun 2014 tersebut telah menunjukkan *personal branding* yang kuat dan membuat eksistensi dari Sasyachi kian naik sehingga kemudian membuatnya mendapatkan penghargaan sebagai *Top Beauty Influencer* pada ajang *Asia Influence* tahun 2015. (Influence-asia.com, 2015).

Di bawah ini merupakan contoh unggahan dari masing-masing kategori *personal branding* yang diurutkan berdasarkan *personal branding* yang paling dominan sampai yang paling jarang dalam *blog hellosasyachi.com* pada periode tahun 2014 adalah sebagai berikut:

1. Spesialisasi

a. Ability

Gambar 3.1 Contoh Unggahan Kategori Spesialisasi-ability



(Sumber: <http://www.hellosasyachi.com/2014/06/jang-hee-jin-cosmopolitan-magazine.html>)

Spesialisasi merupakan kategori yang menjadi karakter Sasyachi yang sering ditemukan pada unggahan yang ada dalam *blog hellosasyachi.com*, salah satunya yaitu *ability*, dimana banyak ditemukan unggahan yang menampilkan kemampuannya dalam melakukan *make up* ala K-Pop *idol* atau *make up* dengan gaya *Korean style*, gambar di atas merupakan contoh unggahan yang masuk dalam *ability* yang merupakan bagian dari kategori spesialisasi.


Dapat terlihat dalam unggahan tersebut dimana Sasya menuliskan cara menggunakan *make up* dengan menirukan gaya *make up* salah satu *Korean idol* dalam salah satu majalah Korea Cosmopolitan yaitu Jang Hee Jin, dalam unggahannya ia menyertakan tahap-tahap dengan detail yang ia tampilkan dengan menyertakan foto pada setiap tahapannya, sehingga pembaca dapat melihat bagaimana harus terlihat setelah *make up* dipraktikkan pada dirinya. Dapat terlihat juga dalam setiap unggahannya yang menirukan gaya *make up Korean idol*, ia mampu untuk dapat terlihat mirip bahkan terlihat sama apabila foto dirinya dibandingkan dengan *Korean idol* tersebut. Untuk membuktikannyapun Sasya selalu menyertakan foto perbandingan *make up* yang telah ia lakukan dengan *Korean idol* yang ia tirukan.

b. *Behavior*


Gambar 3.2 Contoh Unggahan Kategori Spesialisasi-*behavior*

BLOG SALE PART 2!!!
WEDNESDAY, JANUARY 8, 2014

Hai setelah sukses **BLOG SALE PART 1** gak sampe sejam SOLD semua, kali ini aku akan buat blog sale lagi, kebanyakan adalah skin care. Banyak yang aku jarang pakai malah hampir enggak pernah dipakai, tertata rapi di meja riasku. Buat yang ingin membeli nya langsung aja email ke hellosasyachi@gmail.com thank you :) <3



HELLOSASYACHI'S BLOG 1ST YEAR ANNIVERSARY GIVEAWAY
MONDAY, JANUARY 13, 2014



Good morning to all of my lovely readers! Super kegirangan dan enggak sabar nunggu hari untuk ngumumin giveaway ini hihi- Giveaway kali ini di adakan dalam rangka 1 tahun ngeblog. Ketika bongkar file lama di Blogspot, pada tanggal 13 January 2013 aku mulai membangun dan merintis sebagai seorang beauty blogger.

Masih ingat ketika banyak yang mulai membaca blog ku, request tutorial makeup dan belajar untuk mereview produk. Website Hello Sasyachi ini memang aku khususkan untuk orang Indonesia (Tidak menutup kemungkinan nanti aku akan memakai bahasa inggris di blog ku) Banyak blogger yang memakai bahasa inggris, tapi tidak semua orang pintar berbahasa inggris jadi aku lebih memilih untuk menggunakan bahasa Indonesia di blog ku. Blog aku juga di usung dengan konsep All About Korea, lebih untuk ke penggemar korean makeup, kpop idols karena aku sendiri sangat menggilai Kpop :D

12 months of blogging, 455 members on my blog and this morning my blog hit 601.025 pageviews, if u are one of my readers, **THANK YOU SO MUCH**.'D aku sangat berterima kasih buat kalian yang selalu mampir membaca dan komen di blog ku.

Terima kasih untuk semua para sponsor yang selalu mensupport ku dalam dunia blogging ini, **JAPAN SOFTLENS** dan **PRINCESS BUTIK** <3 Berkat softlens dan wig juga aku di buat cantik dan lucuuuuu, walaupun aku memang sudah cantik dari lahir *ditoyor pembaca* lol

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

(Sumber:

<http://www.hellosasyachi.com/2014/01/hellosasyachis-blog-1st-year.html>)

Gambar di atas merupakan contoh unggahan yang menampilkan *behavior* dalam *blog hellosasyachi*, hal tersebut karena unggahan pada contoh gambar di atas menunjukkan kebiasaan yang sering Sasyachi lakukan untuk pembaca setianya, salah satunya ialah untuk merayakan ulang tahun *blog*-nya ia selalu mengadakan *giveaway*, tidak hanya itu, ia juga sering mengadakan *blog sale*, dimana ia menjual *make up* atau produk kecantikan *secondhand* darinya dengan harga murah, khusus untuk pembaca *blog*-nya.

Pada contoh unggahan di atas, dapat terlihat bahwa *blog sale* sudah ia adakan untuk kedua kalinya, yang menandakan bahwa sebelumnya ia juga pernah melakukan hal serupa dan kemudian itu menjadi kebiasaan yang ia lakukan setiap ada produk miliknya yang sekiranya jarang dipakai atau bahkan hanya ia pakai satu dua kali untuk kemudian ia jual dengan harga murah kepada pembaca *blog*-nya. Begitu juga dalam memberikan *giveaway* dalam rangka *blog anniversary* kepada pembacanya, hal tersebut memperlihatkan bagaimana kebiasaan Sasyachi untuk memberikan *feedback* kepada pembaca setia *blog*-nya. Pada unggahan lain juga terlihat ia melakukan *giveaway* bahkan saat tidak dengan sponsor atau kerjasama dengan suatu produk untuk hadiah *giveaway*-nya, namun ia melakukannya juga dengan memberikan hadiah dari ia sendiri untuk pemenang *giveaway* yang ia adakan

c. *Lifestyle*

Gambar 3.3 Contoh Unggahan Kategori Spesialisasi-*lifestyle*

K-5 HAIR CLINIC & CUTTING HAIR @ ANDO AND YUN KOREAN HAIR BOUTIQUE

THURSDAY, NOVEMBER 13, 2014



Saat berkonsultasi dengan Mr. Ando aku cuma bilang kalo aku kepengen punya rambut tampak bervolume yang tidak memerlukan curling iron atau blow. Maksudku adalah aku ingin membiarkan rambutku tetap lurus tapi terlihat bervolume :D Jadi dia bilang kalo di Korea juga potong nya lagi trend kayak gitu, seolah-olah tebal di bagian bawah rambut.



(Sumber: <http://www.hellosasyachi.com/2014/11/k-5-hair-clinic-cutting-hair-ando-and.html>)

Gambar di atas merupakan salah satu unggahan yang menampilkan bagaimana *lifestyle* Sasyachi dalam melakukan sebuah perawatan tubuh dan rambut, unggahan tersebut menunjukkan bahwa untuk merawat tubuh, dan rambutnya pun ia menggunakan perawatan ala Korea, di mana untuk mempercayakan rambutnya pun ia memilih seorang ahli *hair stylish* yang langsung berasal dari Korea, bahkan sampai sekarang, saat ia ingin melakukan tindakan untuk rambutnya ia rela menunggu untuk dapat membuat janji dengan *hair stylish* kepercayaannya tersebut.

Pada contoh unggahan di atas yang termasuk *lifestyle* pada kategori spesialisasi menunjukkan bagaimana Sasyachi dalam memilih sebuah perawatan kecantikan dan melakukannya untuk keseharian. Dapat terlihat bagaimana Sasyachi menerapkan konsep *Korean beauty* dalam kehidupan sehari-harinya, bagaimana ia sangat spesifik untuk melakukan perawatan pada rambutnya. Dalam unggahan tersebut menunjukkan contoh bagaimana ia memiliki gaya hidup yang belum tentu kebanyakan orang juga melakukannya, bagaimana *Korean beauty* juga telah ia jadikan *lifestyle* dalam kehidupan sehari-harinya yang belum tentu *beauty blogger* lain juga lakukan.

d. *Mission*

Gambar 3.4 Contoh Unggahan Kategori Spesialisasi-mission

[IBBX SARANGE] SHOW YOUR KOREAN SIGNATURE MAKEUP STYLE
SATURDAY, OCTOBER 11, 2014



HADIAH UNTUK 2 PEMENANG AKAN MENDAPATKAN PRODUK SARANGE :

1. BB Cream Triple Crown (Best Seller)
2. Pearl Powder & Creamy Concealer
3. Eyeliner
4. Sarange Automatic Pencil Eyebrow
5. Sarange Lipstick
6. Sarange Lipgloss

Untuk MUC bulan Oktober ini, IBB bersama dengan SARANGE mengambil tema "I-POP MAKEUP CHALLENGE". Para peserta di ajak untuk membuat tema makeup "KPOP" dengan style dan ciri khas kepribadian masing-masing "Misalnya : Happy Girl, Gothic, Playful" Poin yang ditekankan adalah dilihat dari segi makeup yang "Kpop banget".

PRIZE :

Akan ada 2 pemenang yang masing-masing mendapatkan hadiah senilai IDR 1 Juta dari SARANGE! Produk yang termasuk antara lain CC cream, Creamy Concealer, Eyeliner Lipstick dan Lipgloss.

KETENTUAN KHUSUS :

1. Likes Facebook Sarange : <https://www.facebook.com/sarangeindonesia>
2. Follow Twitter Sarange : @SARANGE_ID
3. Follow Instagram Sarange : @SARANGE_ID
4. Mengupload foto hasil makeup ke social media (instagram / Twitter) dan mendeskripsikan hasil makeup yang di upload tidak lupa hashtag #IBBX SARANGE
5. Membuat Blogpost dengan menyertakan LOGO SARANGE & POSTER IBB
6. Dalam membuat blogpost ketika menulis kata "SARANGE" di link ke : <http://www.zalora.co.id/sarange/>

KETENTUAN UMUM :

1. Terbuka bagi para blogger yang tergabung dalam Facebook group IBB (tidak harus terdaftar di website IBB)
2. Bikin look sesuai keterangan tema MUC Oktober
3. Look dibuat pada muka blogger sendiri, bukan orang lain
4. Look dan foto merupakan recreation baru, tidak boleh menggunakan foto lama
5. Harus membuat post dengan judul "IBB Make Up Challenge October 2014"
6. Harus mencantumkan banner MUC di dalam post dan dilink ke website IBB
7. Mention ke @BeautyBloggerID & @SARANGE_ID
8. Diperbolehkan maksimal 3 look (dalam 1 blog post dan disubmit dalam 1 form)

(Sumber: <http://www.hellosasyachi.com/2014/10/ibbx sarange-show-your-korean-signature.html>)

Pada gambar di atas dapat terlihat salah satu unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* yang masuk dalam kategori spesialisasi dimensi *mission*. Hal tersebut dapat terlihat di mana Sasyachi memberikan sebuah ajakan kepada pembaca *blog*-nya untuk mengikuti sebuah *make up challenge* yang disponsori oleh salah satu produk kecantikan dengan memberikan beberapa ketentuan dan kemudian pemenang akan diberikan hadiah. Langkah-langkah untuk mengikuti *event*, rincian hadiah yang akan didapatkan untuk pemenang juga telah ia jelaskan pada unggahan tersebut.

Dapat terlihat dalam unggahannya tersebut memperlihatkan bagaimana Sasyachi dalam menyampaikan sebuah misi yang ia tujukan kepada pembaca *blog*-nya. *Make up challenge* tersebut menjadi sebuah misi yang ia berikan kepada pembacanya, untuk kemudian dapat diikuti, atau dilakukan oleh pembacanya. Ia memberitahukan bagaimana cara dan ketentuan dalam misi tersebut, dalam unggahan di atas juga menunjukkan bagaimana ia mengajak dan berharap pembaca *blog*-nya dapat berpartisipasi dalam misi tersebut dengan memberikan sebuah informasi mengenai hadiah yang akan didapatkan apabila mengikuti misi tersebut. Pada unggahan tersebut menampilkan secara detail informasi mengenai misi dengan memberikan contoh dengan gambar seperti apa yang harus peserta lakukan dalam mengikuti misi tersebut.

e. *Product*

Gambar 3.5 Contoh Unggahan Kategori Spesialisasi-product

INNISFREE MINERAL SHIMMERING BASE REVIEW

SATURDAY, MAY 17, 2014

Hi girls! mau review sedikit tentang Innisfree Mineral Shimmering Base. Dan ini adalah Shimmering Base pertamaku :D Hmm, waktu itu belinya di Seoul Februari lalu tapi baru sempat review sekarang. Sudah lama banget kepengen shimmering base ini karena lihat beberapa MUA di Korea suka pakai ini sebagai base.

Baca lengkapnya yuk di bawah ini :)



Pada box Innisfree selalu simple dan clean. Innisfree juga selalu memakai SOY INK sebagai pengganti tinta normal untuk mencetak tulisan pada kemasan. Mungkin teman-teman juga tahu bahwa Innisfree selalu memakai daur ulang untuk membuat box :)

- + Mudah di Baur / di Blend
- + Glow look
- + Very Moisturizing
- + Membuat kulit wajah sangat lembut
- + Affordable

+ Contained with Organic Green Tea

+ 2 in 1 : Dapat digunakan sebagai Base dan Highlighter

+Innisfree Shimmering Base ini menghasilkan tampilan yang berkilau tanpa merasakan lengket dan juga tampilan wajah yang lembab.

- Tidak mengcover jerawat, bekas jerawat atau merah pada wajah

Yang aku suka dari Shimmering Base ini adalah memberikan cahaya yang alami tanpa terlihat BERMINYAK! Aku sangat yakin kamu bisa mendapatkan kulit yang bercahaya dengan memakai Innisfree Shimmering Base ini. Shimmering Base ini akan membuat kulit tampak bercahaya alami ketika terpapar sinar matahari atau sorotan lampu. Aku suka banget dengan Shimmering Base yang memberikan efek glowy ini ;D

Innisfree Mineral Shimmering Base dapat digunakan dalam 3 cara :

1. Gunakan Innisfree Shimmering Base sebagai dasar makeup
2. Gunakan Innisfree Shimmering Base sebagai highlighter (Di hidung atau Tulang Pipi)
3. Gunakan Innisfree deanean mencampur BB Cream atau Foundation untuk memberikan hasil yang berseri alami :)

(Sumber: <http://www.hellosasyachi.com/2014/05/innisfree-mineral-shimmering-base-review.html>)

Pada gambar di atas merupakan contoh dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* yang menunjukkan karya tulisan mengenai ulasan produk yang dituliskan oleh Sasyachi dengan sukarela atau atas permintaan pembaca dengan begitu apik dan detail, dimana unggahan tersebut kemudian dapat dikategorikan dalam kategori spesialisasi dimensi *product*. Hal tersebut karena dapat terlihat bahwa unggahan tersebut menampilkan sebuah karya melalui tulisan mengenai ulasan yang telah dilakukan oleh Sasyachi.

Contoh unggahan tersebut menunjukkan bahwa dalam melakukan ulasan tersebut ia tidak diminta dari pihak lain atau dari pihak klien, namun ia lakukan karena ingin berbagi pengalaman tentang bagaimana setelah ia mencoba sebuah produk yang memang ia ingin coba dan ia beli sendiri, pada unggahan diatas dapat terlihat kalimat yang menyatakan hal tersebut yaitu “Hmm, waktu itu belinya di Seoul Februari lalu tapi baru sempat review sekarang”. Dalam kalimat tersebut dapat terlihat bahwa untuk mendapatkan produk yang ia ulas tersebut Sasyachi membelinya sendiri saat ia berada di Seoul, Korea Selatan. Hal tersebut juga membuktikan bahwa ulasan yang ia tuliskan pada unggahan tersebut adalah keinginannya sendiri, tidak berdasarkan permintaan dari klien.

f. Service

Gambar 3.6 Contoh Unggahan Kategori Spesialisasi-service

[SPONSORED - YES24 INDONESIA] ITS SKIN - BABY FACE B.B
STICK LIGHT BEIGE REVIEW
WEDNESDAY, MARCH 5, 2014



Antara senang dan kaget ketika YES24 INDONESIA ngirimin barang produk Its Skin untuk di review dan salah satu nya adalah BB Stick ini. sempat bergumam dan terlintas dipikiranku seperti "Wah asyikk dapet bb stick .. tapi tapi mati lah gimana pakainya ini??? kalo jelek gimana dong" dan ribuan pikiran aku tentang si mungil ini.



Secara Keseluruhan :

- + Kemasan BB stick sangat lucu dan ramping, yang pasti perfect size and travel-friendly dari pada harus membawa foundation dengan kemasan kaca atau bb cream dengan ukuran besar.
- + Tesktur BB Stick dari Its Skin membuat ku sangat terganggu lol maklum baru pertama kali coba pake BB Stick *norak* di pikiran saya hanyalah "keras" dan "susah di blend" namun kenyataannya tesktur sangat creamy, lembut dan gampang sekali di oles ke wajah.
- + BB Stick ini sangat cocok dengan kulit wajah dan meratakan warna kulit ku, hanya di sayangkan BB Stick ini tidak dapat menutupi dark circle dan titik bekas jerawat yang hitam di sekitar wajah.
- + Kelebihan lain yang aku sangat suka adalah ketika memakai produk BB Stick ini serasa tidak memakai produk makeup apapun, sangat ringan di kulit.
- + Matte Finish dan terlihat sangat alami.
- Tidak bertahan lama, di kulit wajah ku hanya sekitar 3 hingga 4 jam.

(Sumber: <http://www.hellosasyachi.com/2014/03/sponsored-yes24-indonesia-its-skin-baby.html>)

Gambar di atas merupakan salah satu contoh unggahan yang masuk dalam kategori spesialisasi dimensi *service*, di mana dapat terlihat dalam unggahan tersebut, Sasyachi melakukan pelayanan permintaan untuk mengulas suatu produk dalam *blog*-nya yang disponsori oleh pemberi produk atau klien, dapat terlihat juga pada unggahan tersebut bagaimana Sasyachi dalam memberikan ulasan atas permintaan, ia tetap memberikan ulasan yang detail dan jujur tanpa membuat nilai dari suatu produk tersebut berkurang.

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya pada unggahan tersebut menunjukkan bagaimana Sasyachi dalam melakukan pelayanan terhadap kliennya, hal tersebut dapat terlihat dari judul ulasan yang telah menyertakan “sponsored” dan juga pada kalimat awal dalam tulisan tersebut yaitu “Antara senang dan kaget ketika YES24 INDONESIA ngirimin barang produk Its Skin untuk di review”, kalimat tersebut membuktikan bahwa memang unggahan tersebut adalah karena permintaan klien yang kemudian menjadikannya alasan unggahan tersebut dapat dikategorikan kedalam kategori spesialisasi dimensi *service*.

2. Kepemimpinan

Gambar 3.7 Contoh Unggahan Kategori Kepemimpinan



Makeup dasar kadang tidak terlalu di perhatikan oleh seorang wanita dalam bermake-up, tapi ternyata make-up memiliki teknik tertentu agar terlihat sempurna. Mungkin beberapa dari kalian pernah mengalami seperti pemakaian foundation yang tidak rata, salah shading dan lainnya. Berikut adalah tips yang paling mendasar dan tentu dapat kalian coba dirumah :)

1. Foundation



Activate Window
Go to Settings to activate

Bagaimana sih kalian mengaplikasikan foundation pada wajah? Pasti yang terpenting kalian pulas merata di wajahkan? Nah ini yang sering menyebabkan mengapa foundation pecah atau tak merata di wajah. Sebelum kalian aplikasikan foundation ke wajah kalian, kalian perhatikan wajah kitapun memiliki bulu, pulas foundation sesuai arah bulu di wajah lakukan pertama-tama di dahi. biasakan memulas satu arah, dann ini nih yang selalu dilakukan wanita belum selesai memulas di satu area pasti sudah berpindah-pindah ke area lain, usahakan selalu selesaikan di satu area terlebih dahulu agar foundation merata.

2. Shading



Activate Window
Go to Settings to activate

Pulas shading dari tengah telinga ke arah bibir untuk membentuk tulang pipi menjadi lebih tegas, bukan dari atas kuping. Lalu baurkan shading ke arah tulang pipi, bukan ke arah bawah. Untuk mendapatkan hasil natural gunakan shading sebelum kalian menggunakan bedak.

(Sumber: <http://www.hellosasyachi.com/2014/04/tips-dan-trick-makeup-dasar.html>)

Gambar di atas merupakan salah satu contoh dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* yang masuk dalam kategori kepemimpinan, hal tersebut karena dapat terlihat pada unggahan yang ada pada gambar di atas menunjukkan bagaimana Sasyachi dalam memimpin pembacanya dengan memberikan arahan sebuah tips dan trik untuk dapat memulai belajar *make up*. Pada unggahan tersebut Sasyachi menempatkan diri sebagai seorang ahli dalam bidang kecantikan untuk para pembacanya, yang kemudian ia memimpin pembacanya dengan memberikan tips dan trik *make up* dasar tersebut.

Dalam unggahan tersebut Sasyachi menjelaskan tahapan-tahapan dasar yang perlu dipelajari oleh pembaca *blog*-nya yang ingin belajar untuk dapat melakukan *make up* sendiri, bahkan ia membubuhkan gambar dari sumber lain yang sekiranya dapat mempermudah pembaca *blog*-nya untuk dapat memahami tahapan-tahapan dasar yang ia jelaskan dalam unggahan tersebut. Pada unggahan tersebut menunjukkan bagaimana Sasyachi sebagai seorang pemimpin yang ahli dalam bidang kecantikan memberikan ilmu yang ia gunakan kepada pembaca *blog*-nya.

3. Kepribadian

Gambar 3.8 Contoh Unggahan Kategori Kepribadian

SEIZE THE DAY WITH NEW GARNIER LIGHT COMPLETE EVENT
THURSDAY, MAY 15, 2014



Putih cerah hingga 3 tingkat* & tidak berminyak sehari-hari.
Komplit putih cerahnya!

Formula baru
Garnier Light Complete
50% Extra* 8 Ekstrak Vitamin C & Lemon & Perlindungan UVA/UVB

Multi-Action Whitening Cream
Non-Acne Whitening Cream

Activate Window
Go to Settings to activate



* With Lovable Girl Jean Milka *



* Vani Sagita, Pemenang Best Dress di GARNIER Event XD *

(Sumber: <http://www.hellosasyachi.com/2014/05/seize-day-with-new-garnier-light.html>)

Gambar di atas merupakan salah satu contoh unggahan yang termasuk dalam kategori kepribadian, hal tersebut karena dalam unggahan di atas dapat terlihat bagaimana kepribadian Sasyachi yang sebenarnya meski sedang dalam sebuah acara, pada unggahan tersebut menunjukkan bagaimana Sasyachi dapat dengan percaya diri foto di *photobooth* dengan gaya uniknya bersama dengan teman *beauty blogger*-nya.

Dalam unggahan tersebut Sasyachi menunjukkan kepribadian sebenarnya yang unik, sehingga terlihat bahwa Sasyachi juga memiliki gaya tersendiri sebagai seorang Sasyachi yang memiliki keunikan tersebut. Unggahan diatas juga memperlihatkan bagaimana seorang Sasychi menunjukkan kepribadian aslinya pada sebuah tulisan yang ada dalam *blog hellosasyachi.com* yang ia tujukan kepada pembaca *blog*-nya. Dengan adanya unggahan tersebut secara tidak langsung Sasyachi sedang melakukan proses *personal branding* dalam kategori kepribadian untuk dirinya sendiri maupun konten *blog*-nya. Sesuai dengan definisi operasional yang sebelumnya telah dipaparkan dari kategori kepribadian, hal tersebut menjadi dasar unggahan diatas masuk dalam kategori kepribadian.

4. Perbedaan

Gambar 3.9 Contoh Unggahan Kategori Perbedaan

KOREAN BEAUTY SHOW
SATURDAY, MAY 31, 2014



Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

Di acara ini terdapat sesi “blind test”, yaitu membandingkan satu jenis produk dari berbagai macam merek tanpa memperlihatkan merk produk tersebut. Setelah menguji masing-masing produk, maka terungkaplah produk dari merk apa yang memiliki hasil bagus pada uji blind test tersebut.



Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

Pada sesi makeover, penonton atau yang disebut dengan “Better Girls” yang terpilih akan mendapatkan makeover dari Makeup Artist terkenal di Korea sesuai dengan tema yang sedang dibawakan. Selama proses make over, sang makeup artist akan menjelaskan step by step yang harus dilakukan, dan tidak lupa juga memberikan tips yang bermanfaat.



Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

(Sumber: <http://www.hellosasyachi.com/2014/05/korean-beauty-show.html>)

Gambar di atas merupakan salah satu contoh dari unggahan yang masuk dalam kategori perbedaan, hal tersebut karena dalam unggahan tersebut terlihat bagaimana Sasyachi mengunggah suatu tulisan yang tentunya berbeda dan belum tentu atau bahkan tidak dilakukan oleh *beauty blogger* lainnya. Dalam unggahan tersebut dapat terlihat bahwa Sasyachi mengulas beberapa acara kecantikan di Korea Selatan yang saat itu sedang tayang dan begitu banyak diminati oleh orang-orang bahkan luar Korea. Ia mengulasnya dengan memberikan poin utama yang ada dalam acara tersebut dan beberapa gambar yang menampilkan cuplikan dari adegan yang ada dalam acara tersebut.

Pada ulasan tersebut terlihat bagaimana sisi berbeda dari Sasyachi yang ia tunjukkan dalam sebuah tulisan yang ia unggah dalam *blog* pribadinya *hellosasyachi.com*. Dalam unggahan tersebut juga menunjukkan bahwa konten ulasan yang berbeda tersebut tetap tidak di luar jalur *beauty* dan *fashion*. Dengan menunjukkan sisi berbeda tersebut secara tidak langsung ia sedang melakukan *personal branding* kategori perbedaan untuk dirinya sendiri dan juga *blog*-nya. Hal tersebut menjadi dasar unggahan di atas masuk dalam kategori perbedaan, sesuai dengan definisi operasional yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya.

5. Terlihat

Gambar 3.10 Contoh Unggahan Kategori Terlihat

BENEFIT THEY'RE REAL! PUSH-UP LINER LAUNCHING + REVIEW
WEDNESDAY, JUNE 25, 2014



2 Cops ganteng siap-siap borgol para bloggers *adeuh* yak dipilih dipilih ... Baru sampe Madame Lily langsung di suruh foto sama 2 Cops Ganteng ini ;)



* BEAUTY BLOGGERS -
© GRAND LAUNCHING MAYBELLINE WHITE SUPER FRESH *

(Sumber: <http://www.hellosasyachi.com/2014/06/benefit-theyre-real-push-up-liner.html>)

Pada gambar di atas menunjukkan salah satu unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* yang masuk dalam kategori terlihat, hal tersebut dikarenakan dapat terlihat dalam unggahan tersebut Sasyachi yang terlihat dalam beberapa kesempatan acara peluncuran sebuah produk kecantikan baru yang bukan berasal dari Korea, dalam unggahan tersebut juga terlihat bagaimana Sasyachi memanfaatkan kesempatan tersebut untuk dapat bertemu dan berbincang kepada teman-teman satu profesinya. Ia menunjukkan eksistensinya sebagai seorang *beauty blogger* dengan diundang dan hadirnya pada acara tersebut.

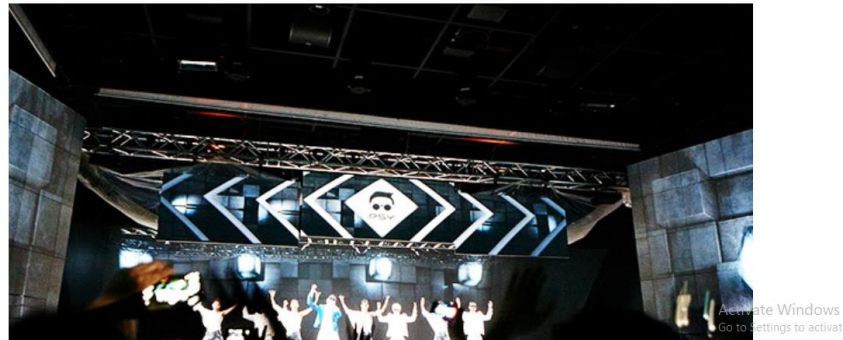
Tidak hanya itu, saat ia datang pada acara tersebut, cara berpakaianya pun tetap bernuansa feminim ala *Korean style*, begitu juga dengan gaya rambutnya yang khas dengan poni menunjukkan ciri khasnya sebagai Sasyachi pada acara tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari foto pada unggahan tersebut saat dimana ia sedang berfoto bersama dua model *photobooth* acara peluncuran produk tersebut. Sehingga dalam unggahan tersebut dapat terlihat bagaimana ia menggunakan kesempatan untuk tetap dapat terlihat dan menunjukkan eksistensinya, terutama dalam kesempatan dibidang kecantikan, dan sesuai dengan definisi operasional dari kategori terlihat yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka hal tersebut yang kemudian menjadi dasar unggahan di atas dapat masuk dalam kategori terlihat.

6. Kesatuan

Gambar 3.11 Contoh Unggahan Kategori Kesatuan

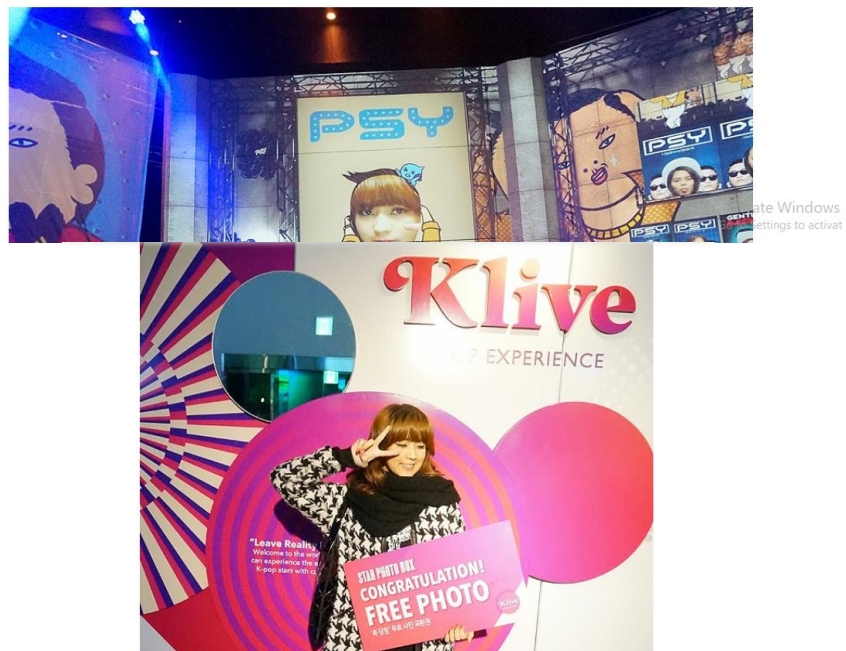
[FLY TO SEOUL - PART 2] ROMANTIC HALLYU WITH VISITSEOUL.NET
TUESDAY, FEBRUARY 18, 2014

Foto-foto udah kelar .. langsung deh ke Klive Kpop Experience. Buat kalian yang ngefans banget sama artis-artis YG Entertainment, kalo ke Korea HARUS BANGET ke Klive Kpop Experience ini. Surgaaaa banget hahahaha!



What is K-POP HOLOGRAM? It is a brand new concept of attraction which combines IT technology and the K-Pop cultural contents that are taking the world by storm, enabling you to meet K-POP stars in an entirely new medium through three-dimensional hologram.

Di dalam teater kita menonton pertunjukkan 3D hologram yang dimana seperti tampak nyata kalo BIGBANG, PSY atau 2NE1 sedang perform kayak di konser-konser gitu >.< Mereka nyanyi, seperti ngobrol dengan fans .. walaupun 3D, gue tetep heboh lihat Taeyang, lalu seolah BIGBANG mencari fans yang antusias dengan mereka, eh ada muka gue di layar! hahahahaha- dapet free foto box deh dengan background Bigbang *101*



(Sumber: <http://www.hellosasyachi.com/2014/02/fly-to-seoul-part-2-romantic-hallyu.html>)

Pada gambar di atas menunjukkan salah satu contoh dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* yang masuk dalam kategori kesatuan, hal tersebut dapat terlihat dari bagaimana Sasyachi saat dalam perjalanannya ke Seoul dalam acara penjamuan perjalanan bersama salah satu agen *tour* memisahkan diri dari rombongan yang saat itu dijadwalkan untuk belanja, namun ia memilih untuk menikmati kota Seoul dengan berfoto, hal tersebut ia lakukan karena ia memang sangat amat menyukai Korea terutama Seoul sehingga ia tidak mau kehilangan kesempatan untuk dapat mengabadikan momen saat ia sedang berada di kota tersebut.

Tidak hanya itu, dalam unggahannya tersebut saat ia mengunjungi *Clive K-pop Experience* dapat terlihat bagaimana sebenarnya ia sangat menyukai dan mengikuti K-pop atau Korean Pop, dengan sangat antusias dan sedikit heboh ia menceritakan pengalamannya dalam unggahan tersebut. Hal tersebut dapat terlihat pada kalimat dan beberapa *emoticon* yang ia gunakan seperti "... walaupun 3D, gue tetep heboh lihat Taeyang, >.<...." Kalimat tersebut dengan jelas menunjukkan bahwa apa yang selama ini ia tunjukan mengenai hal yang bersangkutan dengan Korea adalah karena memang dalam kehidupan nyata atau kehidupan pribadinya ia juga sangat menyukai hal-hal tersebut, dan sesuai dengan definisi operasional dari kategori kesatuan yang telah dijelaskan sebelumnya menjadi dasar unggahan di atas masuk dalam kategori tersebut.

7. Keteguhan

Gambar 3.12 Contoh Unggahan Kategori Keteguhan



(Sumber: <http://www.hellosasyachi.com/2014/05/2ne1-park-bom-makeup-tutorial-for.html>)

Gambar di atas merupakan salah satu unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* yang termasuk dalam kategori keteguhan, hal tersebut dapat dikatakan seperti itu karena, dalam unggahan tersebut dapat terlihat bagaimana Sasyachi tetap menggunakan *make up* dengan caranya, yaitu dengan meniru ala K-pop *idol* atau dengan cara *Korean beauty* meskipun produk yang ia gunakan adalah produk dari luar Korea. Pada contoh unggahan diatas, produk yang ia gunakan untuk melakukan *tutorial* tersebut adalah Silkygirl, dimana produk tersebut berasal dari Singapura

Dalam unggahan tersebut juga terlihat bahwa tulisan tersebut merupakan bentuk kerjasama Sasyachi dengan produk tersebut, namun meskipun ia bekerjasama dengan produk yang bukan dari Korea, ia tetap teguh untuk menggunakannya dengan cara *Korean style*. Bahkan dalam contoh unggahan diatas, ia menirukan *make up* salah satu K-Pop *Idol*. Hal tersebut telah membuktikan bagaimana keteguhan Sasyachi untuk mempertahankan ciri khasnya, sehingga kemudian dapat dikatakan bahwa unggahan tersebut masuk dalam kategori keteguhan, sesuai dengan definisi operasional yang sebelumnya telah dijabarkandari dari kategori keteguhan sendiri pada bab sebelumnya.


8. Nama Baik

Gambar 3.13 Contoh Unggahan Kategori Nama Baik

MIRABELLA COLORFIX LIPSSTICK REVIEW (ALL COLOURS) | INJEKSI FILLER UNTUK HILANGKAN KANTONG MATA | LIPS MEMILIH YOGURT YANG BAIK! NURI & LANEIGE (RU | PERFECT | SASSY QHE INSTAGRAM

Home About Me WWW.FACETOFEET.COM SASSY QHE INSTAGRAM

[REVIEW] MYLITTLEBROWNBOX.COM – BEST ONLINE PERFUME SHOPPING SITE
TUESDAY, APRIL 1, 2014



Home About Me WWW.FACETOFEET.COM SASSY QHE INSTAGRAM


Ketika berbicara tentang online shop yang menjual parfume 100% asli aku akan merekomendasikan kalian MYLITTLEBROWNBOX.COM.

Kenapa?

MYLITTLEBROWNBOX.COM menjual berbagai macam jenis dan merk parfume international atau impor untuk pria dan wanita. Tidak hanya itu, parfum yang di jual di MYLITTLEBROWNBOX.COM pasti original atau 100% asli (Bukan Parfume Reject atau KW). Di jaman sekarang ini banyak sekali online shop yang mengaku menjual parfume "asli" padahal ternyata palsu atau dapat disebut kw makanya dijual dengan harga murah semurah-murahnya! Ketika kamu membeli parfume di MYLITTLEBROWNBOX.COM pasti lengkap dengan box dan segel pabrik dan parfume yang kamu beli sama dengan parfume yang dijual di mall atau department store di seluruh Indonesia, jadi enggak perlu khawatir karena "Palsu, Uang Kembali" :)


Pada MYLITTLEBROWNBOX.COM semua parfume bisa kamu beli dengan harga yang sangat terjangkau, enggak percaya? aku sempet ngecek ke beberapa online shop yang menjual parfume dan ini perbedaanya :

17 COMMENTS :

 Rinako グレー April 1, 2014 at 9:20 AM
So many lovely products! *0* Thank you for sharing dear! <3

♥ ✨ NEW POST ✨ ♥
Rinako

Gema Parfum February 18, 2016 at 5:10 PM
Terima kasih infonya gan.
Lumayan buat nambah ilmu.

 aiseice !!! June 29, 2017 at 9:11 AM
Terima kasih infonya gan, mantabbbsss.
Ditunggu postingan2 lainnya.

Gema Parfum
Parfum aroma citrus.

Gema Parfum :
Parfum Terbaik Wanita.

(Sumber: <http://www.hellosasyachi.com/2014/04/review-mylittlebrownboxcom-best-online.html>)

Gambar di atas merupakan contoh dari unggahan dalam *blog hellosasyachi.com* yang masuk dalam kategori nama baik, hal tersebut dikarenakan dalam unggahan tersebut Sasyachi memberikan rekomendasi tentang situs pembelian parfum original dengan harga yang lebih murah, dalam unggahannya tersebut ia juga menjelaskan dengan detail langkah-langkah cara pemesanan melalui situs *web* yang tersedia. Tidak hanya itu, ia juga menyertakan *screenshot* dari *web* tersebut agar lebih memudahkan untuk mempraktekkannya.

Dengan memberikan rekomendasi dan langkah-langkat tersebut ia berharap unggahannya dapat bermanfaat untuk orang-orang yang sedang ingin membeli parfum original yang terjamin keasliannya tanpa harus repot keluar rumah atau bingung harus mencari di mana, dan terbukti bahwa unggahan tersebut dianggap bermanfaat bagi pembaca *blog*-nya dapat terlihat dari beberapa komentar yang menyatakan secara langsung bahwa unggahan Sasyachi tersebut dapat menjadi ilmu baru dan juga bermanfaat. Ada juga beberapa komentar yang menyatakan bahwa unggahannya tepat saat untuk yang ingin membeli parfum dan butuh rekomendasi. Hal tersebut yang kemudian menjadikan unggahan tersebut termasuk dalam kategori nama baik dimana unggahan tersebut memiliki manfaat langsung, sesuai dengan definisi operasional dari kategori nama baik yang sebelumnya telah dijabarkan.