

BAB III

PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti akan menyajikan data-data temuan hasil pengamatan terhadap video dalam akun Youtube Tasya Farasya yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti sendiri sebagai *coder* 1 dan Shafir Walida Haq sebagai *coder* 2. Penelitian dilakukan dengan menonton sekaligus mengamati aspek-aspek personal branding yang ada dalam video-video Tasya Farasya dan memasukkan hasilnya ke dalam lembar coding.

Aspek-aspek *personal branding* yang dicari dalam video-video Tasya Farasya ditentukan sesuai dengan teori *personal branding* menurut Peter Montoya dan Tim Vandehey. Akan tetapi, peneliti tidak mengikutsertakan semua aspek ke dalam penelitian, melainkan aspek-aspek yang dapat dilihat secara langsung saja yaitu spesialisasi (dengan tiga dimensi ; kemampuan, produk, dan pelayanan), kepemimpinan (dengan dua dimensi ; *trendsetter* dan pengakuan), perbedaan (dengan dua dimensi ; gaya hidup dan penampilan), kesatuan, dan niat baik.

Sesuai dengan teori yang digagas oleh Montoya dan Vandehey, selain lima aspek di atas, ada tiga aspek lainnya yang tidak diikutsertakan ke dalam penelitian yaitu kepribadian dan keteguhan yang tidak dapat dilakukan dengan observasi, kemungkinan hanya akan diketahui melalui wawancara langsung atau dengan metode etnografi. Aspek terlihat juga tidak diikutsertakan dalam penelitian karena semua video yang ada di dalam Youtube Tasya Farasya merupakan aspek terlihat dimana Tasya memperlihatkan *personal branding*nya kepada khalayak dan mempromosikan dirinya sebagai sebuah *brand*.

A. Uji Reliabilitas

Penyajian data akan disajikan dalam tabel objektivitas yang memuat sampel video dari akun Youtube Tasya Farasya yang berjumlah 60 judul video, hasil data dari masing-masing *coder 1* (N1) dan *coder 2* (N2) , dan hasil yang sama dan disetujui oleh kedua *coder* (M). Angka-angka ini nantinya akan diolah dengan formula holsti di bawah ini untuk mendapatkan hasil objektivitas dan sesuai dalam uji reliabilitas untuk membuktikan bahwa alat ukur berupa lembar koding betul-betul absah dan dapat dipercaya (*reliable*) sebagai alat ukur.

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

Keterangan :

CR : *Coefficient Reliability* (Reliabilitas antar *coder*)

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

N1 : Jumlah koding yang dibuat oleh *coder 1*

N2 : Jumlah koding yang dibuat oleh *coder 2*

Dalam formula Holsti, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya, kalau hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas di atas 0,7 berarti alat-alat ukur ini benar-benar reliabel. Tetapi jika di bawah angka 0,7 berarti alat ukur atau *coding sheet* bukan alat yang reliabel. Sama dengan

presentase persetujuan, reliabilitas Holsti ini juga harus dipakai untuk semua kategori yang digunakan. Hasil dari reliabilitas masing-masing kategori ini ditampilkan dalam laporan (Eriyanto, 2011 : 290).

1. Aspek Spesialisasi Dimensi Kemampuan (*Ability*)

Pada dimensi ini, *coder 1* dan *coder 2* mencatat video dalam Youtube Tasya Farasya yang di dalamnya memperlihatkan keahlian Tasya mengaplikasikan *make up* dan memperlihatkan keahliannya sebagai *expertise* dalam bidang kecantikan. Berikut rekapitulasi hasil temuan aspek spesialisasi dimensi kemampuan oleh *coder 1* dan *coder 2* yang muncul dalam video Youtube Tasya Farasya.

Tabel 3.1. Jumlah Aspek Spesialisasi Dimensi Produk yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
1	Foundation 101 - Cara Realistis Buat Pilih Warna dan Aplikasi Foundation	1	1
2	My Skincare Routine!/ Normal to dry Skin		1
3	Mom Does My Make Up and Hair		
4	Bridesmaid/Graduation Make Up Anti Air Mata dan Keringat	1	1
5	My Daily Make Up Routines	1	1
6	Focallure One Brand Make Up Tutorial ! Must Watch	1	1
7	Siapakah Tasya Farasya? Get To Know Me		
8	Dandanin Encus!!! Super Ngakak	1	1
9	I Did My Mom's Make Up + Kultum dari Mama	1	1
10	Mineral Botanica OBMT + Review + Giveaway	1	1
11	Full Face Using Liquid Lipstick Challenge	1	1
12	What's In My Bag + Make Up Bag		
13	My Sister Does My Make Up / Make Up ke Pasar		
14	BLP Eyeshadow Pen First impression+Review	1	1
15	Make Up Tunangan 30 Menit + Hair Do (Bahasa)	1	1
16	Reacting to My First Video Ever di Female Daily		
17	GRWM! / Belanjaan Sephora First Impression / Rumpi	1	1
18	No Mirror Make Up Challenge with Becky	1	1
19	Hello New York! Fashion Week with Maybelline		
20	Belanjaan Sephora NYC and Drugstore Haul		
21	QNA Part One Seputar Diet		
22	QNA Part 2! Pacar, Make Up, Kuliah, Random etc		
23	Polling Instagram Make Up Tutorial	1	1
24	Bongkar Make Up + Giveaway		
25	Make Up untuk Kulit Sawo Matang with Becky		
26	Mizzu One Brand Make Up Tutorial #CleansedbyNivea	1	1
27	My Lamaran Vlog ! Siap-siap dan Drama		
28	Dermacol Asli vs Palsu! Why The F* u Lyon'?	1	1

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
29	My Henna Night's Collection x Mineral Botanica ! Super Excited!!!		
30	Skincare Routines / Get Un-ready With Me		1
31	Akad Nikah Vlog ! Tasya Menikah Farasya		
32	Cetaphil Gentle Skin Cleanser Review !		
33	Vlog Resepsi! Bukan gossip		
34	Polling Instagram Tutorial! Super Bold Make Up	1	1
35	Rahasia Makeup MUA Hits! Semua Produk Drugstore		
36	Rahasia Make Up MUA Hits! Arabic Make up With Nabelle Thalib		
37	Rahasia Make Up MUA Hits Barbie Look with Dean		
38	Didandanin Suami Berbakat		
39	Pemula Belajar Make Up! Tutup Bekas Jerawat	1	1
40	Vlog 1 Hari Bersama Tasya Farasya		
41	Maskeran Bareng Suami Hapus Racun Wajah	1	1
42	Bali Vlog! Terlalu Random		
43	Unboxing Segepok with Poppy		
44	Safi Age Defy Series Full Review	1	
45	Jadi Model Runway di JFW x Makeover! Jantung Copot	1	1
46	MAC OBMT! Kondangan Make Up ala Tasya Farasya	1	1
47	Ngajarin + Dandanin Kekeyi! Ngakak Banget	1	1
48	Datengin Pabriknya Focallure!		
49	Jogja Vlog! No Komen		
50	Belanja di Zalora + Nyobain Baju Baru		
51	Produk Lokal Baru! Worth to Try! (You Cosmetics)	1	1
52	Perawatan Rambut Keriting	1	
53	Make Up Termahal di Dunia #Horangkaya	1	1
54	Datengin Pabrik Skin Care Halal Terbesar di Dunia		
55	Nangis! Kolaborasi bareng Focallure! The Needs	1	1
56	Pemula Belajar Make Up! Foundation, Bedak, dan Kawan-Kawannya	1	1
57	Skincare Termahal di Dunia #Horangkaya	1	1
58	Make Up Wisuda Ga usah ke Salon! Pake The Needs	1	1
59	Full Make Over Buat Subscriber ep.1	1	1
60	Dandanin Suami! Akhirnya Setelah Diundur 1 Tahun	1	1
Total		31	31
M (Jumlah Koding yang Sama)		28	

Hasil pengkodean menunjukkan *coder* 1 menemukan 31 video dan *coder* 2 juga menemukan 31 video yang mengandung konsep spesialisasi dimensi kemampuan, dari 31 video yang ditemukan oleh kedua *coder*, 28 video diantaranya adalah video yang sama. Selanjutnya, data-data di atas akan dihitung menggunakan formula holsti untuk menemukan seberapa besar *coefficient reliability* :

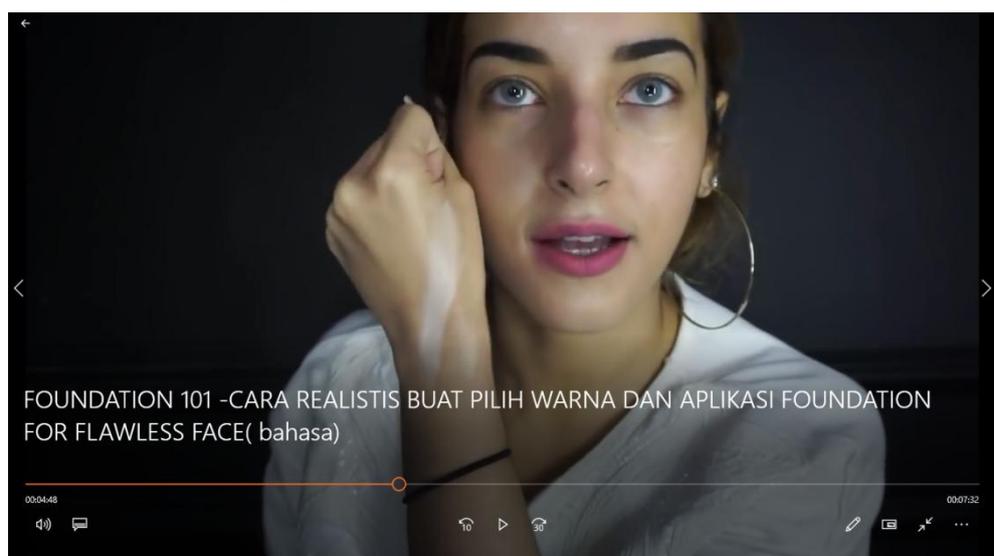
$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{56}{31 + 31} = \frac{56}{62}$$

$$CR = 0,90 = 90 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan *coefficient reliability* atau reliabilitas antar *coder* dengan formula holsti di atas, ditemukan angka 0,90 atau 90%, yang berarti dalam melakukan koding dan menganalisis isi video dalam Youtube Tasya Farasya tentang *personal branding* kategori spesialisasi dimensi kemampuan dalam video Youtube Tasya Farasya tidak ditemukan kesulitan baik oleh *coder* 1 maupun *coder* 2. Hal ini juga membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan *reliable* karena hasil *coefficient reliability* yang ditemukan melebihi syarat minimal angka yang dirumuskan oleh Holsti yaitu 0,70 atau 70%.

Gambar 3.1. Contoh Video yang Mengandung Personal Branding Konsep Spesialisasi Dimensi Kemampuan



Sumber : Youtube

Dalam video yang berjudul “Foundation 101- Cara Realistis Buat Pilih Warna dan Aplikasi Foundation For Flawless Face” dengan durasi 12’20” ini Tasya Farasya mencoba untuk memberikan saran tentang bagaimana pemilihan warna *foundation* yang tepat bagi para *followersnya*. Awal video terlihat Tasya berbicara panjang lebar mengenai trik untuk menyesuaikan warna *foundation* dengan beberapa cara yang menampilkan Tasya sebagai sosok yang memiliki keahlian di bidang kecantikan karena pengetahuannya mengenai bidang tersebut sangat luas berdasarkan pengalaman dengan *make up tools* yang pernah dilaluinya selama ini.

Setelah selesai memberikan trik memilih warna *foundation* agar tepat dengan warna kulit, selanjutnya Tasya memberikan tips aplikasi *foundation* agar terlihat *flawless* dan tidak *cakey*. Cara pengaplikasian yang diajarkan Tasya sangat detail, mulai dari alat yang digunakan, jenis produk, hingga cara mengoleskan dan *blending* produk ke atas kulit wajah. Hal ini memperlihatkan bahwa Tasya tidak hanya memiliki pengetahuan secara teoritis, akan tetapi Tasya juga memiliki keahlian yang bisa dipraktikannya secara langsung.

2. Aspek Spesialisasi Dimensi Produk (*Product*)

Dalam dimensi Produk, *coder 1* dan *coder 2* melakukan koding dengan mencatat video-video Tasya Farasya yang menampilkan produk yang telah dihasilkan Tasya sesuai dengan bidang keahlian dan profesi yang ditekuninya, dalam hal ini adalah produk kecantikan atau perawatan kulit. Berikut

rekapitulasi hasil temuan aspek spesialisasi dimensi produk oleh *coder 1* dan *coder 2* yang muncul dalam video Youtube Tasya Farasya.

Tabel 3.2. Jumlah Aspek Spesialisasi Dimensi Produk yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
1	Foundation 101 - Cara Realistis Buat Pilih Warna dan Aplikasi Foundation		
2	My Skincare Routine!/ Normal to dry Skin		
3	Mom Does My Make Up and Hair		
4	Bridesmaid/Graduation Make Up Anti Air Mata dan Keringat		
5	My Daily Make Up Routines		
6	Focallure One Brand Make Up Tutorial ! Must Watch		
7	Siapakah Tasya Farasya? Get To Know Me		
8	Dandanin Encus!!! Super Ngakak		
9	I Did My Mom's Make Up + Kultum dari Mama		
10	Mineral Botanica OBMT + Review + Giveaway		
11	Full Face Using Liquid Lipstick Challenge		
12	What's In My Bag + Make Up Bag		
13	My Sister Does My Make Up / Make Up ke Pasar		
14	BLP Eyeshadow Pen First impression+Review		
15	Make Up Tunangan 30 Menit + Hair Do (Bahasa)		
16	Reacting to My First Video Ever di Female Daily		
17	GRWM! / Belanjaan Sephora First Impression / Rumpi		
18	No Mirror Make Up Challenge with Becky		
19	Hello New York! Fashion Week with Maybelline		
20	Belanjaan Sephora NYC and Drugstore Haul		
21	QNA Part One Seputar Diet		
22	QNA Part 2! Pacar, Make Up, Kuliah, Random etc		
23	Polling Instagram Make Up Tutorial		
24	Bongkar Make Up + Giveaway		
25	Make Up untuk Kulit Sawo Matang with Becky		
26	Mizzu One Brand Make Up Tutorial #CleansedbyNivea	1	1
27	My Lamaran Vlog ! Siap-siap dan Drama		
28	Dermacol Asli vs Palsu! Why The F* u Lyon'?		
29	My Henna Night's Collection x Mineral Botanica ! Super Excited!!!	1	1
30	Skincare Routines / Get Un-ready With Me		
31	Akad Nikah Vlog ! Tasya Menikah Farasya		
32	Cetaphil Gentle Skin Cleanser Review !		
33	Vlog Resepsi! Bukan gossip		
34	Polling Instagram Tutorial! Super Bold Make Up		
35	Rahasia Makeup MUA Hits! Semua Produk Drugstore		
36	Rahasia Make Up MUA Hits! Arabic Make up With Nabelle Thalib		
37	Rahasia Make Up MUA Hits Barbie Look with Dean		
38	Didandanin Suami Berbakat		
39	Pemula Belajar Make Up! Tutup Bekas Jerawat		
40	Vlog 1 Hari Bersama Tasya Farasya		
41	Maskeran Bareng Suami Hapus Racun Wajah		
42	Bali Vlog! Terlalu Random		
43	Unboxing Segepok with Poppy		
44	Safi Age Defy Series Full Review		
45	Jadi Model Runway di JFW x Makeover! Jantung Copot		
46	MAC OBMT! Kondangan Make Up ala Tasya Farasya		
47	Ngajarin + Dandanin Kekeyi! Ngakak Banget		

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
48	Datengin Pabriknya Focallure!	1	1
49	Jogja Vlog! No Komen		
50	Belanja di Zalora + Nyobain Baju Baru		
51	Produk Lokal Baru! Worth to Try! (You Cosmetics)		
52	Perawatan Rambut Keriting		
53	Make Up Termahal di Dunia #Horangkaya		
54	Datengin Pabrik Skin Care Halal Terbesar di Dunia		
55	Nangis! Kolaborasi bareng Focallure! The Needs	1	1
56	Pemula Belajar Make Up! Foundation, Bedak, dan Kawan-Kawannya		
57	Skincare Termahal di Dunia #Horangkaya		
58	Make Up Wisuda Ga usah ke Salon! Pake The Needs	1	1
59	Full Make Over Buat Subscriber ep.1		
60	Dandanin Suami! Akhirnya Setelah Diundur 1 Tahun		
Total		5	5
M (Jumlah Koding yang Sama)		5	

Hasil pengkodean menunjukkan *coder 1* dan *coder 2* menemukan 5 video yang mengandung konsep spesialisasi dimensi produk, dari keseluruhan video yang ditemukan oleh kedua *coder*, semuanya adalah video yang sama. Selanjutnya, data-data di atas akan dihitung menggunakan formula holsti untuk menemukan seberapa besar *coefficient reliability* :

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

$$CR = \frac{10}{5 + 5}$$

$$CR = 1 = 100\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan *coefficient reliability* atau reliabilitas antar *coder* dengan formula holsti di atas, ditemukan angka 1 atau 100%, yang berarti dalam melakukan koding dan menganalisis isi video dalam Youtube Tasya Farasya mengenai *personal branding* kategori spesialisasi dimensi produk dalam video Youtube Tasya Farasya tidak ditemukan kesulitan baik oleh *coder 1* maupun *coder 2*. Hal ini juga membuktikan bahwa alat ukur

yang digunakan *reliable* karena hasil *coefficient reliability* yang ditemukan melebihi syarat minimal angka yang dirumuskan oleh Holsti yaitu 0,70 atau 70%.

Gambar 3.2. Contoh Video yang Mengandung Personal Branding Konsep Spesialisasi Dimensi Produk



Sumber : Youtube

Video dengan judul “Nangis! Kolaborasi Bareng Focallure! The Needs” ini mengupas tuntas mengenai produk Tasya yang diciptakan dengan kolaborasi bersama brand asal Cina yaitu Focallure. Tasya merupakan orang pertama yang berkolaborasi menciptakan produk langsung bersama Focallure. Pada awal video, Tasya menceritakan bagaimana awal mula dibuatnya produk ini, sejak tahun 2017 Tasya sudah memulai proses perancangan The Needs mulai dari formulasi, warna, nama-nama *shade*, hingga desain kemasan.

Pada bagian tengah hingga akhir video Tasya melakukan *swatch* produk yang ada di dalam palet The Needs dan menjelaskan fungsi dari

masing-masing warna serta mempraktekkan langsung bagaimana cara penggunaannya untuk berbagai macam tampilan riasan.

3. Aspek Spesialisasi Dimensi Pelayanan (*Service*)

Pada dimensi pelayanan, *coder 1* dan *coder 2* melakukan pencatatan terhadap video yang di dalamnya terdapat cuplikan dimana tasya menyatakan bahwa ia membuat video berdasarkan keinginan atau *request* terbanyak dari para *subscribersnya*. Berikut rekapitulasi hasil temuan aspek spesialisasi dimensi produk oleh *coder 1* dan *coder 2* yang muncul dalam video Youtube Tasya Farasya.

Tabel 3.3. Jumlah Aspek Spesialisasi Dimensi Pelayanan yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
1	Foundation 101 - Cara Realistis Buat Pilih Warna dan Aplikasi Foundation	1	1
2	My Skincare Routine!/ Normal to dry Skin	1	1
3	Mom Does My Make Up and Hair		
4	Bridesmaid/Graduation Make Up Anti Air Mata dan Keringat		
5	My Daily Make Up Routines	1	1
6	Focallure One Brand Make Up Tutorial ! Must Watch		
7	Siapakah Tasya Farasya? Get To Know Me		
8	Dandanin Encus!!! Super Ngakak		
9	I Did My Mom's Make Up + Kultum dari Mama	1	1
10	Mineral Botanica OBMT + Review + Giveaway		
11	Full Face Using Liquid Lipstick Challenge		
12	What's In My Bag + Make Up Bag	1	1
13	My Sister Does My Make Up / Make Up ke Pasar		
14	BLP Eyeshadow Pen First impression+Review		
15	Make Up Tunangan 30 Menit + Hair Do (Bahasa)		
16	Reacting to My First Video Ever di Female Daily		
17	GRWM! / Belanjaan Sephora First Impression / Rumpi		
18	No Mirror Make Up Challenge with Becky		
19	Hello New York! Fashion Week with Maybelline		
20	Belanjaan Sephora NYC and Drugstore Haul		
21	QNA Part One Seputar Diet	1	1
22	QNA Part 2! Pacar, Make Up, Kuliah, Random etc	1	1
23	Polling Instagram Make Up Tutorial	1	1
24	Bongkar Make Up + Giveaway		
25	Make Up untuk Kulit Sawo Matang with Becky		
26	Mizzu One Brand Make Up Tutorial #CleansedbyNivea		
27	My Lamaran Vlog ! Siap-siap dan Drama		
28	Dermacol Asli vs Palsu! Why The F* u Lyon'?		
29	My Henna Night's Collection x Mineral Botanica ! Super Excited!!!		
30	Skincare Routines / Get Un-ready With Me		

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
31	Akad Nikah Vlog ! Tasya Menikah Farasya		
32	Cetaphil Gentle Skin Cleanser Review !		
33	Vlog Resepsi! Bukan gossip		
34	Polling Instagram Tutorial! Super Bold Make Up	1	1
35	Rahasia Makeup MUA Hits! Semua Produk Drugstore	1	1
36	Rahasia Make Up MUA Hits! Arabic Make up With Nabelle Thalib	1	1
37	Rahasia Make Up MUA Hits Barbie Look with Dean	1	1
38	Didandanin Suami Berbakat	1	1
39	Pemula Belajar Make Up! Tutup Bekas Jerawat		
40	Vlog 1 Hari Bersama Tasya Farasya		
41	Maskeran Bareng Suami Hapus Racun Wajah		
42	Bali Vlog! Terlalu Random		
43	Unboxing Segepok with Poppy		
44	Safi Age Defy Series Full Review		
45	Jadi Model Runway di JFW x Makeover! Jantung Copot		
46	MAC OBMT! Kondangan Make Up ala Tasya Farasya	1	1
47	Ngajarin + Dandanin Kekeyi! Ngakak Banget	1	1
48	Datengin Pabriknya Focallure!		
49	Jogja Vlog! No Komen		
50	Belanja di Zalora + Nyobain Baju Baru		
51	Produk Lokal Baru! Worth to Try! (You Cosmetics)	1	1
52	Perawatan Rambut Keriting	1	1
53	Make Up Termahal di Dunia #Horangkaya		
54	Datengin Pabrik Skin Care Halal Terbesar di Dunia		
55	Nangis! Kolaborasi bareng Focallure! The Needs		
56	Pemula Belajar Make Up! Foundation, Bedak, dan Kawan-Kawannya		
57	Skincare Termahal di Dunia #Horangkaya		
58	Make Up Wisuda Ga usah ke Salon! Pake The Needs	1	1
59	Full Make Over Buat Subscriber ep.1	1	1
60	Dandanin Suami! Akhirnya Setelah Diundur 1 Tahun	1	1
Total		20	20
M (Jumlah Koding yang Sama)		20	

Hasil pengkodean menunjukkan *coder* 1 dan *coder* 2 menemukan 20 video yang mengandung konsep spesialisasi dimensi pelayanan, dari keseluruhan video yang ditemukan oleh kedua *coder*, semuanya adalah video yang sama.

Selanjutnya, data-data di atas akan dihitung menggunakan formula holsti untuk menemukan seberapa besar *coefficient reliability* :

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

$$CR = \frac{40}{20 + 20} = \frac{40}{40}$$

$$CR = 1 = 100\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan *coefficient reliability* atau reliabilitas antar *coder* dengan formula holsti di atas, ditemukan angka 1 atau 100%, yang berarti dalam melakukan koding dan menganalisis isi video dalam Youtube Tasya Farasya mengenai *personal branding* kategori spesialisasi dimensi pelayanan dalam video Youtube Tasya Farasya tidak ditemukan kesulitan baik oleh *coder* 1 maupun *coder* 2. Hal ini juga membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan *reliable* karena hasil *coefficient reliability* yang ditemukan melebihi syarat minimal angka yang dirumuskan oleh Holsti yaitu 0,70 atau 70%.

**Gambar 3.3. Contoh Video yang Mengandung Personal Branding Konsep
Spesialisasi Dimensi Pelayanan**



Sumber : Youtube

Keseluruhan sampel video Tasya Farasya yang berjumlah 60 video, 33% atau 20 video dibuat atas permintaan para audiensya. Salah satu contoh video yang banyak *direquest* oleh audiensya adalah video di atas dengan judul “*I Did My Moms Make Up! Kultum dari Mama*”. Pada durasi ke 00’02” sampai 00’10” Tasya mengucapkan “Ini video yang sangat amat kalian *request*, akan aku buat, *which is* aku dandanin my mom”, yang menunjukkan bahwa Tasya memberikan pelayanan dengan menuruti keinginan para *audiensya*, begitupun video-video lain yang di dalamnya terdapat ungkapan serupa dari Tasya Farasya.

4. Aspek Kepemimpinan Dimensi Trendsetter

Pada aspek kepemimpinan dimensi *trendsetter*, *coder 1* dan *coder 2* mencatat video-video Tasya Farasya yang konsepnya belum pernah dibuat sebelumnya oleh *Youtubers* atau kompetitor lain sebelumnya. Berikut

rekapitulasi hasil temuan aspek kepemimpinan dimensi *trendsetter* oleh *coder 1* dan *coder 2* yang muncul dalam video Youtube Tasya Farasya.

Tabel 3.4. Jumlah Aspek Kepemimpinan Dimensi *Trendsetter* yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
1	Foundation 101 - Cara Realistis Buat Pilih Warna dan Aplikasi Foundation		
2	My Skincare Routine!/ Normal to dry Skin		
3	Mom Does My Make Up and Hair		
4	Bridesmaid/Graduation Make Up Anti Air Mata dan Keringat		
5	My Daily Make Up Routines		
6	Focallure One Brand Make Up Tutorial ! Must Watch	1	1
7	Siapakah Tasya Farasya? Get To Know Me		
8	Dandanin Encus!!! Super Ngakak		
9	I Did My Mom's Make Up + Kultum dari Mama		
10	Mineral Botanica OBMT + Review + Giveaway		
11	Full Face Using Liquid Lipstick Challenge		
12	What's In My Bag + Make Up Bag		
13	My Sister Does My Make Up / Make Up ke Pasar		
14	BLP Eyeshadow Pen First impression+Review		
15	Make Up Tunangan 30 Menit + Hair Do (Bahasa)		
16	Reacting to My First Video Ever di Female Daily		
17	GRWM! / Belanjaan Sephora First Impression / Rumpi		
18	No Mirror Make Up Challenge with Becky		
19	Hello New York! Fashion Week with Maybelline		
20	Belanjaan Sephora NYC and Drugstore Haul		
21	QNA Part One Seputar Diet		
22	QNA Part 2! Pacar, Make Up, Kuliah, Random etc		
23	Polling Instagram Make Up Tutorial	1	1
24	Bongkar Make Up + Giveaway		
25	Make Up untuk Kulit Sawo Matang with Becky	1	
26	Mizzu One Brand Make Up Tutorial #CleansedbyNivea		
27	My Lamaran Vlog ! Siap-siap dan Drama		
28	Dermacol Asli vs Palsu! Why The F* u Lyon??		
29	My Henna Night's Collection x Mineral Botanica ! Super Excited!!!		
30	Skincare Routines / Get Un-ready With Me		
31	Akad Nikah Vlog ! Tasya Menikah Farasya		
32	Cetaphil Gentle Skin Cleanser Review !		
33	Vlog Resepsi! Bukan gossip		
34	Polling Instagram Tutorial! Super Bold Make Up	1	1
35	Rahasia Makeup MUA Hits! Semua Produk Drugstore	1	1
36	Rahasia Make Up MUA Hits! Arabic Make up With Nabelle Thalib	1	1
37	Rahasia Make Up MUA Hits Barbie Look with Dean	1	1
38	Didandanin Suami Berbakat		
39	Pemula Belajar Make Up! Tutup Bekas Jerawat	1	
40	Vlog 1 Hari Bersama Tasya Farasya		
41	Maskeran Bareng Suami Hapus Racun Wajah		
42	Bali Vlog! Terlalu Random		
43	Unboxing Segepok with Poppy		
44	Safi Age Defy Series Full Review		
45	Jadi Model Runway di JFW x Makeover! Jantung Copot		
46	MAC OBMT! Kondangan Make Up ala Tasya Farasya		
47	Ngajarin + Dandanin Kekey! Ngakak Banget		

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
48	Datengin Pabriknya Focallure!		
49	Jogja Vlog! No Komen		
50	Belanja di Zalora + Nyobain Baju Baru		
51	Produk Lokal Baru! Worth to Try! (You Cosmetics)		
52	Perawatan Rambut Keriting		
53	Make Up Termahal di Dunia #Horangkaya	1	1
54	Datengin Pabrik Skin Care Halal Terbesar di Dunia		
55	Nangis! Kolaborasi bareng Focallure! The Needs		
56	Pemula Belajar Make Up! Foundation, Bedak, dan Kawan-Kawannya	1	
57	Skincare Termahal di Dunia #Horangkaya	1	1
58	Make Up Wisuda Ga usah ke Salon! Pake The Needs		
59	Full Make Over Buat Subscriber ep.1	1	1
60	Dandanin Suami! Akhirnya Setelah Diundur 1 Tahun		
Total		12	9
M (Jumlah Koding yang Sama)		9	

Hasil pengkodean menunjukkan *coder* 1 menemukan 12 video dan *coder* 2 menemukan 9 video yang mengandung konsep kepemimpinan dimensi *trendsetter*, dari video-video yang ditemukan oleh kedua *coder*, 9 video diantaranya adalah video yang sama. Selanjutnya, data-data di atas akan dihitung menggunakan formula holsti untuk menemukan seberapa besar *coefficient reliability* :

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

$$CR = \frac{18}{12 + 9} = \frac{18}{21}$$

$$CR = 0,85 = 85\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan *coefficient reliability* atau reliabilitas antar *coder* dengan formula holsti di atas, ditemukan angka 0,85 atau 85%, yang berarti dalam melakukan koding dan menganalisis isi video dalam Youtube Tasya Farasya mengenai *personal branding* kategori spesialisasi dimensi produk dalam video Youtube Tasya Farasya tidak ditemukan kesulitan baik

oleh coder 1 maupun coder 2. Hal ini juga membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan *reliable* karena hasil *coefficient reliability* yang ditemukan melebihi syarat minimal angka yang dirumuskan oleh Holsti yaitu 0,70.

Gambar 3.4. Contoh Video yang Mengandung Personal Branding Konsep Kepemimpinan Dimensi *Trendsetter*.



Sumber : Youtube

Kebanyakan dari para kompetitor Tasya Farasya dalam dunia *beauty vlogger*, hanya membuat konten monoton seputaran tutorial, *tips n tricks*, dan *challenge*. Berbeda dengan Tasya Farasya yang membuat konten berbeda dari *beauty vlogger* lain dengan melakukan kolaborasi bersama para *make up artist* (MUA) ternama di Indonesia. Konten ini pada akhirnya menjadi segmen khusus yang pertama dipelopori oleh Tasya Farasya, beberapa kolaborasi dilakukan antara lain bersama Barry Ritonga yang terlampir ada pada gambar 3.4, Nabelle Talib, Dean, Khadijah Azzahra, dan banyak MUA lain yang turut berkolaborasi dengan merias Tasya Farasya sambil menceritakan pengalaman dan saran mereka sebagai seorang MUA.

Konten-konten bersama para MUA terkenal ini akhirnya dibuat menjadi segmen dengan judul “Rahasia Make Up MUA Hits”.

Tidak hanya konten “Rahasia Make Up MUA Hits” yang menjadi pertama kalinya dibuat dalam *channel* Youtube kecantikan, Tasya juga membuat segmen berjudul “*Full Make Over Buat Subscriber*”. Pada segmen ini Tasya memilih *subscriber*nya yang beruntung untuk di *make over* langsung olehnya. Sebelumnya, segmen serupa yang langsung melibatkan audiens *vlog* kecantikan secara langsung belum pernah dilakukan oleh *beauty vlogger* lain di Indonesia.

5. Aspek Kepemimpinan Dimensi Pengakuan

Pada aspek kepemimpinan dimensi pengakuan, koding dilakukan dengan mencatat jumlah video Tasya Farasya yang mengandung unsur *sponsored video*, promosi berbayar atau *paid partnership*, *endorsement*, dan kerjasama-kerjasama berbayar dalam bentuk lain bersama perusahaan atau *brand* tertentu yang menjadi bentuk pengakuan pihak luar terhadap kredibilitas dan kemampuan Tasya Farasya sebagai *beauty influencer*. Berikut rekapitulasi hasil temuan aspek kepemimpinan dimensi pengakuan oleh *coder 1* dan *coder 2* yang muncul dalam video Youtube Tasya Farasya.

Tabel 3.5. Jumlah Aspek Kepemimpinan Dimensi Pengakuan yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
1	Foundation 101 - Cara Realistis Buat Pilih Warna dan Aplikasi Foundation		
2	My Skincare Routine!// Normal to dry Skin		
3	Mom Does My Make Up and Hair		
4	Bridesmaid/Graduation Make Up Anti Air Mata dan Keringat		
5	My Daily Make Up Routines		
6	Focallure One Brand Make Up Tutorial ! Must Watch	1	1
7	Siapaakah Tasya Farasya? Get To Know Me		
8	Dandanin Encus!!! Super Ngakak		
9	I Did My Mom's Make Up + Kultum dari Mama		
10	Mineral Botanica OBMT + Review + Giveaway	1	1
11	Full Face Using Liquid Lipstick Challenge		
12	What's In My Bag + Make Up Bag		
13	My Sister Does My Make Up / Make Up ke Pasar		
14	BLP Eyeshadow Pen First impression+Review	1	1
15	Make Up Tunangan 30 Menit + Hair Do (Bahasa)		
16	Reacting to My First Video Ever di Female Daily		
17	GRWM! / Belanjaan Sephora First Impression / Rumpi		
18	No Mirror Make Up Challenge with Becky		
19	Hello New York! Fashion Week with Maybelline	1	1
20	Belanjaan Sephora NYC and Drugstore Haul		
21	QNA Part One Seputar Diet		
22	QNA Part 2! Pacar, Make Up, Kuliah, Random etc		
23	Polling Instagram Make Up Tutorial		
24	Bongkar Make Up + Giveaway	1	1
25	Make Up untuk Kulit Sawo Matang with Becky		
26	Mizzu One Brand Make Up Tutorial #CleansedbyNivea	1	1
27	My Lamaran Vlog ! Siap-siap dan Drama		
28	Dermacol Asli vs Palsu! Why The F* u Lyon'?		
29	My Henna Night's Collection x Mineral Botanica ! Super Excited!!!	1	1
30	Skincare Routines / Get Un-ready With Me		
31	Akad Nikah Vlog ! Tasya Menikah Farasya		
32	Cetaphil Gentle Skin Cleanser Review !	1	1
33	Vlog Resepsi! Bukan gossip		
34	Polling Instagram Tutorial! Super Bold Make Up		
35	Rahasia Makeup MUA Hits! Semua Produk Drugstore		
36	Rahasia Make Up MUA Hits! Arabic Make up With Nabelle Thalib		
37	Rahasia Make Up MUA Hits Barbie Look with Dean		
38	Didandanin Suami Berbakat		
39	Pemula Belajar Make Up! Tutup Bekas Jerawat		
40	Vlog 1 Hari Bersama Tasya Farasya	1	1
41	Maskeran Bareng Suami Hapus Racun Wajah		
42	Bali Vlog! Terlalu Random	1	
43	Unboxing Segepok with Poppy	1	1
44	Safi Age Defy Series Full Review	1	1
45	Jadi Model Runway di JFW x Makeover! Jantung Copot	1	1
46	MAC OBMT! Kondangan Make Up ala Tasya Farasya	1	1
47	Ngajarin + Dandanin Kekeyi! Ngakak Banget		
48	Datengin Pabriknya Focallure!	1	1
49	Jogja Vlog! No Komen		
50	Belanja di Zalora + Nyobain Baju Baru	1	1
51	Produk Lokal Baru! Worth to Try! (You Cosmetics)	1	1
52	Perawatan Rambut Keriting		

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
53	Make Up Termahal di Dunia #Horangkaya	1	1
54	Datengin Pabrik Skin Care Halal Terbesar di Dunia	1	1
55	Nangis! Kolaborasi bareng Focallure! The Needs	1	
56	Pemula Belajar Make Up! Foundation, Bedak, dan Kawan-Kawannya	1	1
57	Skincare Termahal di Dunia #Horangkaya		
58	Make Up Wisuda Ga usah ke Salon! Pake The Needs		
59	Full Make Over Buat Subscriber ep.1	1	1
60	Dandanin Suami! Akhirnya Setelah Diundur 1 Tahun		
Total		22	20
M (Jumlah Koding yang Sama)		20	

Hasil pengkodean menunjukkan *coder* 1 menemukan 22 video dan *coder* 2 menemukan 20 video yang mengandung konsep kepemimpinan dimensi pengakuan, dari video-video yang ditemukan oleh kedua *coder*, 20 video diantaranya adalah video yang sama. Selanjutnya, data-data di atas akan dihitung menggunakan formula holsti untuk menemukan seberapa besar *coefficient reliability* :

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

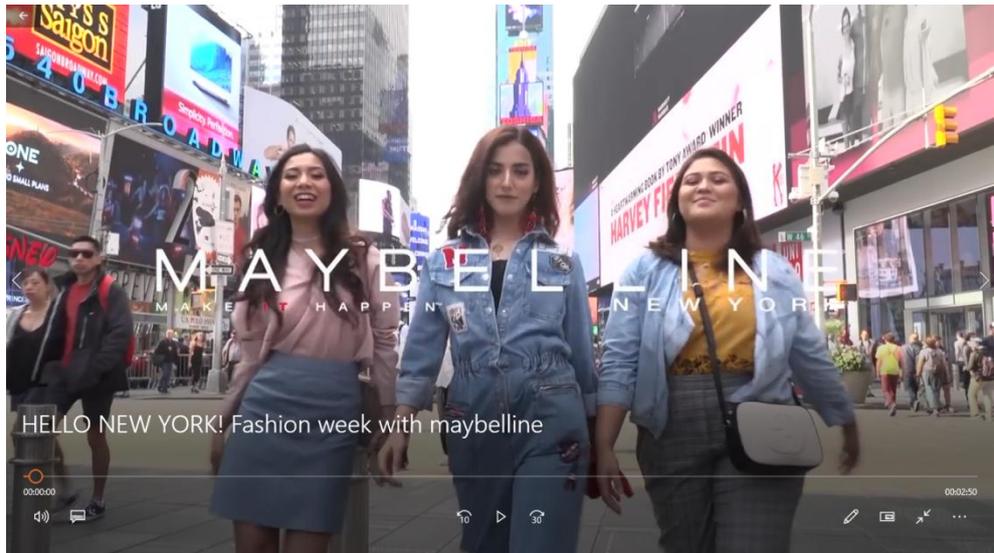
$$CR = \frac{40}{22 + 20} = \frac{40}{42}$$

$$CR = 0,95 = 95\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan *coefficient reliability* atau reliabilitas antar *coder* dengan formula holsti di atas, ditemukan angka 0,95 atau 95%, yang berarti dalam melakukan koding dan menganalisis isi video dalam Youtube Tasya Farasya mengenai *personal branding* kategori kepemimpinan dimensi pengakuan dalam video Youtube Tasya Farasya tidak ditemukan kesulitan baik oleh *coder* 1 maupun *coder* 2. Hal ini juga membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan *reliable* karena hasil *coefficient reliability* yang ditemukan

melebihi syarat minimal angka yang dirumuskan oleh Holsti yaitu 0,70 atau 70%.

Gambar 3.5. Contoh Video yang Mengandung Personal Branding Konsep Kepemimpinan Dimensi Pengakuan



Sumber : Youtube

Untuk menguatkan *personal branding*, seseorang harus mendapatkan pengakuan dari pihak luar maupun *audiensnya* bahwa seseorang bisa memberikan pengaruh kepada orang lain, salah satunya adalah dengan mendapatkan tawaran kerjasama dengan perusahaan maupun sebuah lembaga. Secara keseluruhan 60 sampel video yang diambil, sebanyak 33% video dari video Tasya Farasya mengandung unsur pengakuan, baik dari *brand* luar ataupun dalam negeri.

Salah satu contoh pengakuan yang diraih oleh Tasya Farasya adalah keikutsertaannya dalam ajang *New York Fashion Week*, sebuah even *fashion* akbar di New York dan Tasya diberikan *invitation* khusus oleh Maybelline New York yang merupakan merek kosmetik ternama di dunia. Kerja sama ini

mengundang tiga *beauty influencer* papan atas di Indonesia yaitu Sarah Ayu, Abel Cantika, dan tentunya Tasya Farasya untuk mengikuti even tersebut sebagai tamu dan menjadi model *sideway* pada *New York Fashion Week*.

Video ini berisikan tentang keseharian Tasya, Abel, dan Sarah di New York, pendapat mereka mengenai even *New York Fashion Week*, dan tentunya beberapa selingan iklan produk kosmetik Maybelline New York. Beberapa video lain Tasya Farasya juga mengandung iklan semacam ini, salah satu di antaranya adalah video *Cetaphil Gentle Cleanser Review* yang membuktikan bahwa Tasya mendapatkan pengakuan dari banyak pihak selain audiensnya.

6. Aspek Perbedaan Dimensi *Lifestyle*

Dimensi *lifestyle* dikoding dengan melihat video-video Tasya Farasya yang memperlihatkan bagaimana caranya melakukan kegiatan sehari-hari yang berbeda dan tidak dilakukan oleh orang lain. *Image* yang melekat pada Tasya Farasya selama ini adalah *image* seseorang dengan kehidupan yang mewah dan memiliki gaya hidup dengan kelas tinggi yang beberapa kali terlihat dalam videonya. Sehingga, gaya hidup dengan *image* yang melekat dengan kemewahan yang muncul dalam video Tasya Farasya bisa dicatat dalam pengkodingan sebagai wujud dari kemunculan dimensi *lifestyle* yang terdapat dalam video. Berikut rekapitulasi hasil temuan aspek perbedaan dimensi *lifestyle* oleh *coder 1* dan *coder 2* yang muncul dalam video Youtube Tasya Farasya.

Tabel 3.6. Jumlah Aspek Perbedaan Dimensi *Lifestyle* yang Muncul dalam Video Youtube

Tasya Farasya

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
1	Foundation 101 - Cara Realistis Buat Pilih Warna dan Aplikasi Foundation		
2	My Skincare Routine!/ Normal to dry Skin	1	1
3	Mom Does My Make Up and Hair		
4	Bridesmaid/Graduation Make Up Anti Air Mata dan Keringat		
5	My Daily Make Up Routines	1	1
6	Focallure One Brand Make Up Tutorial ! Must Watch		
7	Siapakah Tasya Farasya? Get To Know Me	1	
8	Dandanin Encus!!! Super Ngakak		
9	I Did My Mom's Make Up + Kultum dari Mama		
10	Mineral Botanica OBMT + Review + Giveaway		
11	Full Face Using Liquid Lipstick Challenge		
12	What's In My Bag + Make Up Bag	1	1
13	My Sister Does My Make Up / Make Up ke Pasar		
14	BLP Eyeshadow Pen First impression+Review		
15	Make Up Tunangan 30 Menit + Hair Do (Bahasa)		
16	Reacting to My First Video Ever di Female Daily		
17	GRWM! / Belanjaan Sephora First Impression / Rumpi	1	1
18	No Mirror Make Up Challenge with Becky		
19	Hello New York! Fashion Week with Maybelline		
20	Belanjaan Sephora NYC and Drugstore Haul	1	1
21	QNA Part One Seputar Diet	1	1
22	QNA Part 2! Pacar, Make Up, Kuliah, Random etc	1	1
23	Polling Instagram Make Up Tutorial		
24	Bongkar Make Up + Giveaway		
25	Make Up untuk Kulit Sawo Matang with Becky		
26	Mizzu One Brand Make Up Tutorial #CleansedbyNivea		
27	My Lamaran Vlog ! Siap-siap dan Drama	1	1
28	Dermacol Asli vs Palsu! Why The F* u Lyon'?		
29	My Henna Night's Collection x Mineral Botanica ! Super Excited!!!		
30	Skincare Routines / Get Un-ready With Me	1	1
31	Akad Nikah Vlog ! Tasya Menikah Farasya	1	1
32	Cetaphil Gentle Skin Cleanser Review !		
33	Vlog Resepsi! Bukan gossip	1	1
34	Polling Instagram Tutorial! Super Bold Make Up		
35	Rahasia Makeup MUA Hits! Semua Produk Drugstore		
36	Rahasia Make Up MUA Hits! Arabic Make up With Nabelle Thalib		
37	Rahasia Make Up MUA Hits Barbie Look with Dean		
38	Didandanin Suami Berbakat		
39	Pemula Belajar Make Up! Tutup Bekas Jerawat		
40	Vlog 1 Hari Bersama Tasya Farasya	1	1
41	Maskeran Bareng Suami Hapus Racun Wajah		1
42	Bali Vlog! Terlalu Random	1	1
43	Unboxing Segepok with Poppy		
44	Safi Age Defy Series Full Review		
45	Jadi Model Runway di JFW x Makeover! Jantung Copot		
46	MAC OBMT! Kondangan Make Up ala Tasya Farasya		
47	Ngajarin + Dandanin Kekeyi! Ngakak Banget		
48	Datengin Pabriknya Focallure!		
49	Jogja Vlog! No Komen	1	1
50	Belanja di Zalora + Nyobain Baju Baru	1	
51	Produk Lokal Baru! Worth to Try! (You Cosmetics)		
52	Perawatan Rambut Keriting	1	1

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
53	Make Up Termahal di Dunia #Horangkaya		
54	Datengin Pabrik Skin Care Halal Terbesar di Dunia		
55	Nangis! Kolaborasi bareng Focallure! The Needs		
56	Pemula Belajar Make Up! Foundation, Bedak, dan Kawan-Kawannya		
57	Skincare Termahal di Dunia #Horangkaya		1
58	Make Up Wisuda Ga usah ke Salon! Pake The Needs		
59	Full Make Over Buat Subscriber ep.1		
60	Dandanin Suami! Akhirnya Setelah Diundur 1 Tahun		
Total		17	17
M (Jumlah Koding yang Sama)		14	

Hasil pengkodean menunjukkan *coder 1* menemukan 17 video dan *coder 2* juga menemukan 17 video yang mengandung konsep perbedaan dimensi *lifestyle*, dari video-video yang ditemukan oleh kedua *coder*, 14 video diantaranya adalah video yang sama. Selanjutnya, data-data di atas akan dihitung menggunakan formula holsti untuk menemukan seberapa besar *coefficient reliability* :

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

$$CR = \frac{28}{17 + 17} = \frac{28}{34}$$

$$CR = 0,82 = 82\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan *coefficient reliability* atau reliabilitas antar *coder* dengan formula holsti di atas, ditemukan angka 0,82 atau 82%, yang berarti dalam melakukan koding dan menganalisis isi video dalam Youtube Tasya Farasya mengenai *personal branding* kategori perbedaan dimensi *lifestyle* dalam video Youtube Tasya Farasya tidak ditemukan kesulitan baik oleh *coder 1* maupun *coder 2*. Hal ini juga membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan *reliable* karena hasil *coefficient reliability* yang ditemukan

melebihi syarat minimal angka yang dirumuskan oleh Holsti yaitu 0,70 atau 70%.

Gambar 3.6. Contoh Video yang Mengandung Personal Branding Konsep Perbedaan Dimensi *Lifestyle*



Sumber : Youtube

Dihitung dari jumlah keseluruhan sampel video Tasya Farasya yang berjumlah 60, hasil koding menunjukkan bahwa 14 video diantaranya mengandung dimensi *lifestyle* atau gaya hidup. Mulai dari bagaimana Tasya melakukan *treatment* sehari-hari untuk wajahnya, melakukan kegiatan olahraga, menceritakan kebiasaan makan dan keseharian, hingga video rentetan prosesi pernikahan ala timur tengah yang memakan waktu 7 hari 7 malam.

Salah satu video yang menunjukkan betapa luar biasanya *lifestyle* Tasya Farasya yang berbeda dari *beauty vlogger* lainnya adalah kemewahan di sekitarnya terutama saat resepsi pernikahannya yang dia bagikan kepada *audiens* dalam akun Youtubanya dengan judul Vlog Resepsi Bukan Gosip.

Mulai dari awal hingga akhir video ini menunjukkan kemewahan hidup keluarga besar Tasya Farasya.

Pada awal video, diperlihatkan persiapan riasan keluarga Tasya yang ditangani oleh *make up artist* ternama di Indonesia, *venue* acara yang megah di Kempinski Hotel Indonesia, shoot dan pemotretan gaun pernikahan Tasya Farasya yang dibuat dari mutiara dan batu-batu mulia dengan berat lebih dari 50 kilogram karya desainer gaun ternama di Indonesia yang karyanya sudah biasa lalu lalang di kancah internasional, Tex Saverio.

Pada bagian tengah video, diperlihatkan kemewahan saat pesta berlangsung, pemotongan kue, hingga diperlihatkan siapa saja tamu-tamu penting yang hadir, mulai dari tokoh politik, selebriti, rekan *vlogger*, dan tokoh-tokoh masyarakat lain yang merupakan teman dan kolega keluarga Tasya Farasya. Pada bagian akhir video diperlihatkan beberapa tamu yang memberikan ucapan selamat kepada Tasya dan suaminya atas pernikahan yang sudah terlaksana, beberapa diantaranya adalah Anies Baswedan beserta istri, kakak beradik Jovi dan Sarah Hunter, dan juga Cinderella yang merupakan teman baik Tasya Farasya.

Kemegahan pesta pernikahan Tasya Farasya bahkan ditayangkan dalam acara *infotainment* salah satu stasiun televisi terbesar di Asia Tenggara, namun sebagaimana biasanya *infotainment* yang memberikan *statement* hiperbolis tentang suatu isu pernikahan Tasya yang sarat akan kemewahan, akhirnya Tasya merasa harus membenarkan *statement-statement* yang berlebihan dari acara gosip tersebut dan mempublikasikan video yang

terlampir di atas dengan judul Vlog Resepsi Bukan Gosip untuk memperlihatkan bagaimana situasi riil saat acara dan kenyataan yang terjadi sesungguhnya tanpa adanya hiperbolis dari *infotainment*.

7. Aspek Perbedaan Dimensi Penampilan

Umumnya, *beauty vlogger* memiliki gaya riasan mereka masing-masing. Beberapa diantaranya memilih gaya riasan khas *flawless* dan natural, colorful dan penuh kreasi memainkan warna dan motif pada wajah, dandanan ala korea, dandanan bold ala *western*, hingga riasan-riasannya editorial yang berani dan berbeda. Tasya Farasya sejak awal kemunculannya menampilkan *image* sebagai *beauty vlogger* yang menggunakan dandanan ciri khas *bold* ala *western* atau *middle east style*.

Untuk gaya berpakaian sendiri, Tasya memiliki *fashion style* yang khas dengan menggunakan *outfit* simpel dan asesoris yang meriah seperti anting dan gelang yang menonjol. Maka dari itu, pengkodean pada dimensi ini dilakukan dengan mencatat video yang mengandung unsur penampilan khas Tasya Farasya baik dalam berdandan dan berpakaian sesuai dengan gambaran yang sudah dipahami oleh kedua *coder*. Berikut hasil temuan aspek perbedaan dimensi penampilan oleh *coder 1* dan *coder 2* yang muncul dalam video Youtube Tasya Farasya.

Tabel 3.7. Jumlah Aspek Perbedaan Dimensi Penampilan yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
1	Foundation 101 - Cara Realistis Buat Pilih Warna dan Aplikasi Foundation		
2	My Skincare Routine!/ Normal to dry Skin		
3	Mom Does My Make Up and Hair		
4	Bridesmaid/Graduation Make Up Anti Air Mata dan Keringat		
5	My Daily Make Up Routines		
6	Focallure One Brand Make Up Tutorial ! Must Watch	1	1
7	Siapakah Tasya Farasya? Get To Know Me		
8	Dandanin Encus!!! Super Ngakak		
9	I Did My Mom's Make Up + Kultum dari Mama		
10	Mineral Botanica OBMT + Review + Giveaway	1	1
11	Full Face Using Liquid Lipstick Challenge		
12	What's In My Bag + Make Up Bag		
13	My Sister Does My Make Up / Make Up ke Pasar		
14	BLP Eyeshadow Pen First impression+Review		
15	Make Up Tunangan 30 Menit + Hair Do (Bahasa)		
16	Reacting to My First Video Ever di Female Daily		
17	GRWM! / Belanjaan Sephora First Impression / Rumpi		
18	No Mirror Make Up Challenge with Becky		
19	Hello New York! Fashion Week with Maybelline	1	1
20	Belanjaan Sephora NYC and Drugstore Haul	1	1
21	QNA Part One Seputar Diet		
22	QNA Part 2! Pacar, Make Up, Kuliah, Random etc		
23	Polling Instagram Make Up Tutorial	1	1
24	Bongkar Make Up + Giveaway		
25	Make Up untuk Kulit Sawo Matang with Becky		
26	Mizzu One Brand Make Up Tutorial #CleansedbyNivea		
27	My Lamaran Vlog ! Siap-siap dan Drama		
28	Dermacol Asli vs Palsu! Why The F* u Lyon'?		
29	My Henna Night's Collection x Mineral Botanica ! Super Excited!!!		
30	Skincare Routines / Get Un-ready With Me		
31	Akad Nikah Vlog ! Tasya Menikah Farasya	1	1
32	Cetaphil Gentle Skin Cleanser Review !		
33	Vlog Resepsi! Bukan gossip	1	1
34	Polling Instagram Tutorial! Super Bold Make Up	1	1
35	Rahasia Makeup MUA Hits! Semua Produk Drugstore		
36	Rahasia Make Up MUA Hits! Arabic Make up With Nabelle Thalib	1	1
37	Rahasia Make Up MUA Hits Barbie Look with Dean		
38	Didandanin Suami Berbakat		
39	Pemula Belajar Make Up! Tutup Bekas Jerawat		
40	Vlog 1 Hari Bersama Tasya Farasya		
41	Maskeran Bareng Suami Hapus Racun Wajah		
42	Bali Vlog! Terlalu Random	1	1
43	Unboxing Segepok with Poppy		
44	Safi Age Defy Series Full Review		
45	Jadi Model Runway di JFW x Makeover! Jantung Copot		
46	MAC OBMT! Kondangan Make Up ala Tasya Farasya	1	1
47	Ngajarin + Dandanin Kekeyi! Ngakak Banget		
48	Datengin Pabriknya Focallure!		
49	Jogja Vlog! No Komen		
50	Belanja di Zalora + Nyobain Baju Baru	1	1

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
51	Produk Lokal Baru! Worth to Try! (You Cosmetics)		
52	Perawatan Rambut Keriting	1	1
53	Make Up Termahal di Dunia #Horangkaya	1	1
54	Datengin Pabrik Skin Care Halal Terbesar di Dunia		
55	Nangis! Kolaborasi bareng Focallure! The Needs		
56	Pemula Belajar Make Up! Foundation, Bedak, dan Kawan-Kawannya		
57	Skincare Termahal di Dunia #Horangkaya	1	1
58	Make Up Wisuda Ga usah ke Salon! Pake The Needs		
59	Full Make Over Buat Subscriber ep.1		
60	Dandanin Suami! Akhirnya Setelah Diundur 1 Tahun		
Total		15	15
M (Jumlah Koding yang Sama)		15	

Hasil pengkodean menunjukkan *coder* 1 menemukan 15 video dan *coder* 2 juga menemukan 15 video yang mengandung konsep perbedaan dimensi penampilan, dari video-video yang ditemukan oleh kedua *coder*, seluruh video yang ditemukan adalah video yang sama. Selanjutnya, data-data di atas akan dihitung menggunakan formula holsti untuk menemukan seberapa besar *coefficient reliability* :

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

$$CR = \frac{30}{15 + 15} = \frac{30}{30}$$

$$CR = 1 = 100\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan *coefficient reliability* atau reliabilitas antar *coder* dengan formula holsti di atas, ditemukan angka 1 atau 100%, yang berarti dalam melakukan koding dan menganalisis isi video dalam Youtube Tasya Farasya mengenai *personal branding* kategori perbedaan dimensi penampilan dalam video Youtube Tasya Farasya tidak ditemukan kesulitan baik oleh *coder* 1 maupun *coder* 2. Hal ini juga membuktikan bahwa alat ukur

yang digunakan *reliable* karena hasil *coefficient reliability* yang ditemukan melebihi syarat minimal angka yang dirumuskan oleh Holsti yaitu 0,70 atau 70%.

Gambar 3.7. Contoh Video yang Mengandung Personal Branding Konsep Perbedaan Dimensi Penampilan



Sumber : Youtube

Salah satu contoh dimensi penampilan yang muncul dalam Youtube Tasya Farasya adalah penampilannya di video yang berjudul MAC One Brand Make Up Tutorial Kondangan Make Up ala Tasya Farasya. Video ini memperlihatkan bagaimana gaya merias wajah dengan tipe *bold* menajamkan bagian mata dan memaksimalkan kompleksitas pada dasar wajahnya seperti yang selama ini selalu dilakukannya. Gaya berpakaian Tasya Farasya yang sangat khas seperti tampilannya selama ini juga dikuatkan dengan *statement* kuat dari asesoris yang digunakan, justru bukan pada pakaiannya memperkuat analisis bahwa aspek perbedaan dengan dimensi penampilan muncul dalam video ini dan telah diakui oleh kedua *coder*.

8. Aspek Kesatuan

Pengkodean aspek kesatuan dilakukan dengan mencatat video Tasya Farasya yang dibuat bersama keluarga, karyawan, suami, dan sahabatnya. Kesatuan merupakan aspek dimana dalam melakukan *personal branding* harus didukung oleh orang-orang di sekitarnya untuk melihat bagaimana kesatuan antara karir dalam bidangnya dan juga kehidupan sehari-harinya bersama orang di lingkup kehidupannya. Berikut rekapitulasi hasil temuan aspek kesatuan oleh *coder 1* dan *coder 2* yang muncul dalam video Youtube Tasya Farasya.

Tabel 3.8. Jumlah Aspek Kesatuan yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
1	Foundation 101 - Cara Realistis Buat Pilih Warna dan Aplikasi Foundation		
2	My Skincare Routine!/ Normal to dry Skin		
3	Mom Does My Make Up and Hair	1	1
4	Bridesmaid/Graduation Make Up Anti Air Mata dan Keringat	1	1
5	My Daily Make Up Routines		
6	Focallure One Brand Make Up Tutorial ! Must Watch		
7	Siapakah Tasya Farasya? Get To Know Me	1	1
8	Dandanin Encus!!! Super Ngakak	1	1
9	I Did My Mom's Make Up + Kultum dari Mama	1	1
10	Mineral Botanica OBMT + Review + Giveaway		
11	Full Face Using Liquid Lipstick Challenge		
12	What's In My Bag + Make Up Bag		
13	My Sister Does My Make Up / Make Up ke Pasar	1	1
14	BLP Eyeshadow Pen First impression+Review		
15	Make Up Tunangan 30 Menit + Hair Do (Bahasa)	1	1
16	Reacting to My First Video Ever di Female Daily		
17	GRWM! / Belanjaan Sephora First Impression / Rumpi		
18	No Mirror Make Up Challenge with Becky	1	1
19	Hello New York! Fashion Week with Maybelline		
20	Belanjaan Sephora NYC and Drugstore Haul		
21	QNA Part One Seputar Diet		
22	QNA Part 2! Pacar, Make Up, Kuliah, Random etc		
23	Polling Instagram Make Up Tutorial		
24	Bongkar Make Up + Giveaway		
25	Make Up untuk Kulit Sawo Matang with Becky		
26	Mizzu One Brand Make Up Tutorial #CleansedbyNivea		
27	My Lamaran Vlog ! Siap-siap dan Drama	1	1
28	Dermacol Asli vs Palsu! Why The F* u Lyon'?		

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
29	My Henna Night's Collection x Mineral Botanica ! Super Excited!!!		
30	Skincare Routines / Get Un-ready With Me		
31	Akad Nikah Vlog ! Tasya Menikah Farasya	1	1
32	Cetaphil Gentle Skin Cleanser Review !		
33	Vlog Resepsi! Bukan gossip	1	1
34	Polling Instagram Tutorial! Super Bold Make Up		
35	Rahasia Makeup MUA Hits! Semua Produk Drugstore		
36	Rahasia Make Up MUA Hits! Arabic Make up With Nabelle Thalib		
37	Rahasia Make Up MUA Hits Barbie Look with Dean		
38	Didandanin Suami Berbakat	1	1
39	Pemula Belajar Make Up! Tutup Bekas Jerawat	1	1
40	Vlog 1 Hari Bersama Tasya Farasya	1	1
41	Maskeran Bareng Suami Hapus Racun Wajah	1	1
42	Bali Vlog! Terlalu Random	1	1
43	Unboxing Segepok with Poppy	1	1
44	Safi Age Defy Series Full Review		
45	Jadi Model Runway di JFW x Makeover! Jantung Copot		
46	MAC OBMT! Kondangan Make Up ala Tasya Farasya		
47	Ngajarin + Dandanin Kekeyi! Ngakak Banget		
48	Datengin Pabriknya Focallure!	1	1
49	Jogja Vlog! No Komen	1	1
50	Belanja di Zalora + Nyobain Baju Baru		
51	Produk Lokal Baru! Worth to Try! (You Cosmetics)		
52	Perawatan Rambut Keriting		
53	Make Up Termahal di Dunia #Horangkaya		
54	Datengin Pabrik Skin Care Halal Terbesar di Dunia		
55	Nangis! Kolaborasi bareng Focallure! The Needs		
56	Pemula Belajar Make Up! Foundation, Bedak, dan Kawan-Kawannya		
57	Skincare Termahal di Dunia #Horangkaya		
58	Make Up Wisuda Ga usah ke Salon! Pake The Needs		
59	Full Make Over Buat Subscriber ep.1		
60	Dandanin Suami! Akhirnya Setelah Diundur 1 Tahun	1	1
Total		20	20
M (Jumlah Koding yang Sama)		20	

Hasil pengkodean menunjukkan *coder 1* menemukan 20 video dan *coder 2* juga menemukan 20 video yang mengandung konsep kesatuan, dari video-video yang ditemukan oleh kedua *coder*, keseluruhannya adalah video yang sama.

Selanjutnya, data-data di atas akan dihitung menggunakan formula holsti untuk menemukan seberapa besar *coefficient reliability* :

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

$$CR = \frac{40}{20 + 20} = \frac{40}{40}$$

$$CR = 1 = 100\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan *coefficient reliability* atau reliabilitas antar *coder* dengan formula holsti di atas, ditemukan angka 1 atau 100%, yang berarti dalam melakukan koding dan menganalisis isi video dalam Youtube Tasya Farasya mengenai *personal branding* kategori kesatuan video Youtube Tasya Farasya tidak ditemukan kesulitan baik oleh *coder* 1 maupun *coder* 2. Hal ini juga membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan *reliable* karena hasil *coefficient reliability* yang ditemukan melebihi syarat minimal angka yang dirumuskan oleh Holsti yaitu 0,70 atau 70%.

Gambar 3.8. Contoh Video yang Mengandung Personal Branding Konsep Kesatuan Bersama Suami Tasya Farasya



Gambar 3.9. Contoh Video yang Mengandung Personal Branding Konsep Kesatuan Bersama Pengasuh Tasya Farasya Saat Kecil



Sumber : Youtube

Dari keseluruhan jumlah sampel video Youtube Tasya Farasya yang berjumlah 60, terdapat 20 video yang mengandung kesatuan karena dibuat bersama orang-orang di sekitar Tasya Farasya dan memiliki peran dalam kehidupannya. Sebagian besar video dengan aspek kesatuan dibuat bersama keluarga dan teman, sebagian lagi dibuat bersama karyawan yang bekerja di rumah Tasya Farasya.

Kedua tangkapan layar yang dilampirkan di atas merupakan contoh video yang mengandung aspek kesatuan dimana Tasya Farasya mendandani Encus atau suster yang merawat Tasya sejak kecil, video ini mengandung banyak kelucuan yang mengundang komentar dan pujian dari audiensnya. Video kedua adalah video yang paling banyak diminta oleh audiens Tasya Farasya untuk segera dibuat, yaitu video mendandani suami Tasya Farasya yaitu Ahmad Assegaf.

9. Aspek Niat Baik

Pengkodean aspek niat baik dilakukan dengan mencatat niat baik dan menguntungkan orang lain yang diutarakan atau secara langsung dilakukan oleh Tasya Farasya dalam videonya. Berikut rekapitulasi hasil temuan aspek kesatuan oleh *coder 1* dan *coder 2* yang muncul dalam video Youtube Tasya Farasya.

Tabel 3.9. Jumlah Aspek Niat Baik yang Muncul dalam Video Youtube Tasya Farasya

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
1	Foundation 101 - Cara Realistis Buat Pilih Warna dan Aplikasi Foundation		1
2	My Skincare Routine!/ Normal to dry Skin		
3	Mom Does My Make Up and Hair		
4	Bridesmaid/Graduation Make Up Anti Air Mata dan Keringat		
5	My Daily Make Up Routines		
6	Focallure One Brand Make Up Tutorial ! Must Watch		
7	Siapakah Tasya Farasya? Get To Know Me	1	
8	Dandanin Encus!!! Super Ngakak		
9	I Did My Mom's Make Up + Kultum dari Mama		
10	Mineral Botanica OBMT + Review + Giveaway	1	1
11	Full Face Using Liquid Lipstick Challenge		
12	What's In My Bag + Make Up Bag		
13	My Sister Does My Make Up / Make Up ke Pasar		
14	BLP Eyeshadow Pen First impression+Review		
15	Make Up Tunangan 30 Menit + Hair Do (Bahasa)	1	1
16	Reacting to My First Video Ever di Female Daily		
17	GRWM! / Belanjaan Sephora First Impression / Rumpi		
18	No Mirror Make Up Challenge with Becky		
19	Hello New York! Fashion Week with Maybelline		
20	Belanjaan Sephora NYC and Drugstore Haul		
21	QNA Part One Seputar Diet		
22	QNA Part 2! Pacar, Make Up, Kuliah, Random etc		
23	Polling Instagram Make Up Tutorial		
24	Bongkar Make Up + Giveaway	1	1
25	Make Up untuk Kulit Sawo Matang with Becky		
26	Mizzu One Brand Make Up Tutorial #CleansedbyNivea		
27	My Lamaran Vlog ! Siap-siap dan Drama		
28	Dermacol Asli vs Palsu! Why The F* u Lyon'?	1	1
29	My Henna Night's Collection x Mineral Botanica ! Super Excited!!!		
30	Skincare Routines / Get Un-ready With Me		1
31	Akad Nikah Vlog ! Tasya Menikah Farasya		
32	Cetaphil Gentle Skin Cleanser Review !		
33	Vlog Resepsi! Bukan gossip		
34	Polling Instagram Tutorial! Super Bold Make Up		
35	Rahasia Makeup MUA Hits! Semua Produk Drugstore		1
36	Rahasia Make Up MUA Hits! Arabic Make up With Nabelle Thalib		
37	Rahasia Make Up MUA Hits Barbie Look with Dean		

No	Judul Video	Coder 1	Coder 2
38	Didandanin Suami Berbakat		
39	Pemula Belajar Make Up! Tutup Bekas Jerawat	1	1
40	Vlog 1 Hari Bersama Tasya Farasya		
41	Maskeran Bareng Suami Hapus Racun Wajah		
42	Bali Vlog! Terlalu Random	1	1
43	Unboxing Segepok with Poppy		
44	Safi Age Defy Series Full Review		
45	Jadi Model Runway di JFW x Makeover! Jantung Copot		
46	MAC OBMT! Kondangan Make Up ala Tasya Farasya		
47	Ngajarin + Dandanin Kekeyi! Ngakak Banget	1	1
48	Datengin Pabriknya Focallure!		
49	Jogja Vlog! No Komen		
50	Belanja di Zalora + Nyobain Baju Baru		
51	Produk Lokal Baru! Worth to Try! (You Cosmetics)		
52	Perawatan Rambut Keriting		
53	Make Up Termahal di Dunia #Horangkaya	1	1
54	Datengin Pabrik Skin Care Halal Terbesar di Dunia		
55	Nangis! Kolaborasi bareng Focallure! The Needs		
56	Pemula Belajar Make Up! Foundation, Bedak, dan Kawan-Kawannya	1	1
57	Skincare Termahal di Dunia #Horangkaya		
58	Make Up Wisuda Ga usah ke Salon! Pake The Needs	1	1
59	Full Make Over Buat Subscriber ep.1	1	1
60	Dandanin Suami! Akhirnya Setelah Diundur 1 Tahun		
Total		12	13
M (Jumlah Koding yang Sama)		11	

Hasil pengkodean menunjukkan *coder* 1 menemukan 12 video dan *coder* 2 menemukan 13 video yang mengandung konsep kepemimpinan dimensi pengakuan, dari video-video yang ditemukan oleh kedua *coder*, 11 video diantaranya adalah video yang sama.

Selanjutnya, data-data di atas akan dihitung menggunakan formula holsti untuk menemukan seberapa besar *coefficient reliability* :

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

$$CR = \frac{22}{12 + 13} = \frac{22}{25}$$

$$CR = 0,88 = 88\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan *coefficient reliability* atau reliabilitas antar *coder* dengan formula holsti di atas, ditemukan angka 0,88 atau 88%, yang berarti dalam melakukan koding dan menganalisis isi video dalam Youtube Tasya Farasya mengenai *personal branding* kategori niat baik video Youtube Tasya Farasya tidak ditemukan kesulitan baik oleh *coder* 1 maupun *coder* 2. Hal ini juga membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan *reliable* karena hasil *coefficient reliability* yang ditemukan melebihi syarat minimal angka yang dirumuskan oleh Holsti yaitu 0,70 atau 70%.

Gambar 3.10. Contoh Video yang Mengandung Personal Branding Konsep Niat Baik (ft. Kekeyi Cantikka)



Sumber : Youtube

Rahmawati Kekeyi Putri atau lebih terkenal dengan nama Kekeyi adalah seorang perempuan muda yang sempat viral karena membuat konten kecantikan di Youtube layaknya *beauty vlogger* professional namun dengan bahan seadanya seperti balon yang diisi air, kosmetik murah yang bisa dibeli di pasar, dan melakukan *shoot* video hanya dengan menggunakan *handphone*. Videonya yang viral dan banyak disukai masyarakat karena kelucuan dan

keluguan Kekeyi dalam membuat video tutorial *make up*. Akan tetapi di sisi lain, Kekeyi memiliki kisah hidup yang cukup menyedihkan karena ketidaksempurnaan jasmaninya dan juga perekonomiannya yang kurang baik.

Tasya Farasya yang mengagumi kehebatan dan kepercayaan diri Kekeyi yang tinggi akhirnya mengundang Kekeyi untuk berkolaborasi dengannya dalam sebuah video. Video ini sarat akan *personal branding* konsep niat baik Tasya Farasya kepada Kekeyi. Beberapa diantaranya adalah Tasya Farasya memberikan arahan dan mengajari Kekeyi cara menggunakan *make up* yang baik dan benar, memberikan nasehat mengenai menghadapi *haters* dan *bullying* di media sosial. Tasya Farasya juga memberikan hadiah kepada Kekeyi berupa alat-alat dan produk kosmetik.

B. Tingkat Kecenderungan Aspek Pesonal Branding yang Paling Sering Muncul dalam Video Akun Youtube Tasya Farasya

Sebagaimana yang telah dipaparkan oleh peneliti dalam bab I, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kecenderungan aspek *personal branding* yang muncul dalam video-video Youtube yang dibuat oleh Tasya Farasya. Setelah sebelumnya peneliti menjabarkan hasil uji reliabilitas dan hasil akhir pencatatan dari data-data yang ditemukan dari pengamatan objek, pada bagian ini peneliti akan mengurutkan dan mempersentasikan aspek-aspek (spesialisasi, kepemimpinan, perbedaan, kesatuan, dan nama baik) yang paling sering muncul dalam akun Youtube Tasya Farasya.

Tabel 3.10. Persentase Kecenderungan Aspek Personal Branding yang Muncul dalam Video-Video pada Akun Youtube Tasya Farasya

No	Konsep <i>Personal Branding</i>	Dimensi	Jumlah	Persentase
1	Spesialisasi	Kemampuan	28	20%
		Produk	5	3%
		Pelayanan	20	14%
2	Kepemimpinan	<i>Trendsetter</i>	9	6%
		Pengakuan	20	14%
3	Perbedaan	<i>Lifestyle</i>	14	10%
		Penampilan	15	11%
4	Kesatuan		20	14%
5	Niat Baik		11	8%
Total			142	100%

Sumber : Olahan penulis

Hasil olahan data di atas menunjukkan bahwa dari keseluruhan 60 video yang menjadi sampel penelitian ini, muncul sejumlah 142 aspek *personal branding* yang sesuai dengan teori pembentukan *personal branding* menurut Peter Montoya dan Tim Vandehey. Apabila dibuat rata-rata, dari 142 aspek yang muncul dalam 60 video Tasya Farasya dalam Youtube, maka setiap video mengandung 2 atau 3 macam aspek *personal branding*.

Untuk intensitas kemunculannya sendiri, aspek yang paling sering muncul dalam Youtube Tasya Farasya adalah aspek spesialisasi dimensi kemampuan yang memperlihatkan kemampuan Tasya yang profesional dalam bidang profesinya

sebagai *beauty influencer* dengan 28 kali kemunculan dengan persentase sebanyak 20%. Aspek yang menduduki peringkat kedua intensitas kemunculan adalah aspek spesialisasi dimensi pelayanan, aspek kepemimpinan dimensi pengakuan, dan aspek kesatuan dengan perolehan jumlah yang sama, yaitu 20 video atau persentase sebanyak 14%. Pada posisi ke 3, aspek yang memiliki intensitas cukup tinggi kemunculannya dalam 60 video Tasya adalah perbedaan, dimana dimensi penampilan muncul sebanyak 15 kali atau 11%, dan dimensi *lifestyle* muncul sebanyak 14 kali dengan presentase 10%.

Intensitas kemunculan dengan persentase terendah diduduki oleh beberapa aspek yang muncul dengan persentase di bawah 10%, yaitu aspek niat baik yang muncul sebanyak 11 dengan persentase 8%, aspek kepemimpinan dimensi *trendsetter* yang muncul 9 kali dengan persentase 5%, dan aspek spesialisasi dimensi produk yang muncul 5 kali dengan persentase 3%.

Analisis akhir yang dapat disimpulkan oleh peneliti berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, semua karakteristik dari masing-masing dimensi dan aspek *personal branding* yang sudah dituliskan dalam bab sebelumnya, seluruhnya bisa ditemukan dalam video-video Tasya Farasya meskipun dengan intensitas kemunculan yang berbeda-beda. *Personal branding* yang dibentuk oleh Tasya Farasya memiliki pola yang sangat kuat pada seluruh aspek-aspek pembentukannya, dimana Tasya fokus memberikan sajian video kepada audiensnya dengan satu tema yaitu kecantikan, sesuai dengan bidang keahliannya dan tidak pernah membuat konten dengan tema lain selain konten bertemakan kecantikan

Kecenderungan aspek spesialisasi beserta seluruh dimensinya dalam video-video Tasya Farasya juga menjadi kekuatan baginya untuk bersaing dari para kompetitor. Kekuatan dalam aspek spesialisasi menjadikannya seorang *influencer* yang sesungguhnya karena Tasya terus membuat video yang memperlihatkan segala keahliannya (dimensi kemampuan atau *ability*), sehingga audiens meyakini bahwa Tasya adalah seseorang yang handal dan dapat dipercaya dalam bidangnya. Dimensi pelayanan yang muncul juga memberikan pembuktian bahwa Tasya Farasya tidak sekedar membuat video atas keinginan dan hobinya semata, tetapi atas dasar profesionalitas dengan mengikuti keinginan audiensnya.

Kemunculan aspek-aspek *personal branding* pada video-video Tasya Farasya juga membuktikan kekuatan *personal branding* Tasya Farasya sebagaimana yang telah dituliskan oleh McNally dan Speak dalam teorinya bahwa *brand* yang kuat adalah *brand* yang khas, konsisten, dan relevan. Kekhasan *personal branding* yang dilakukan oleh Tasya Farasya dibuktikan dengan kemunculan karakter yang ada dalam setiap aspek perbedaan yang muncul dalam videonya baik perbedaan dalam menjalani gaya hidup, maupun perbedaan dalam penampilan.

Konsistensi *personal branding* Tasya Farasya juga memenuhi syarat karena semua aspek *personal branding* yang muncul terjadi berulang kali, tidak hanya itu, konsistensi Tasya Farasya juga dapat dilihat dari frekuensinya membuat video dan diunggah ke akun Youtubanya yang sudah terjadwal secara rutin sebanyak dua atau minimal satu kali dalam sepekan. Kemunculannya dalam *channel* Youtube secara konsisten inilah yang membuat penggemar dan *subscribers* Tasya memiliki

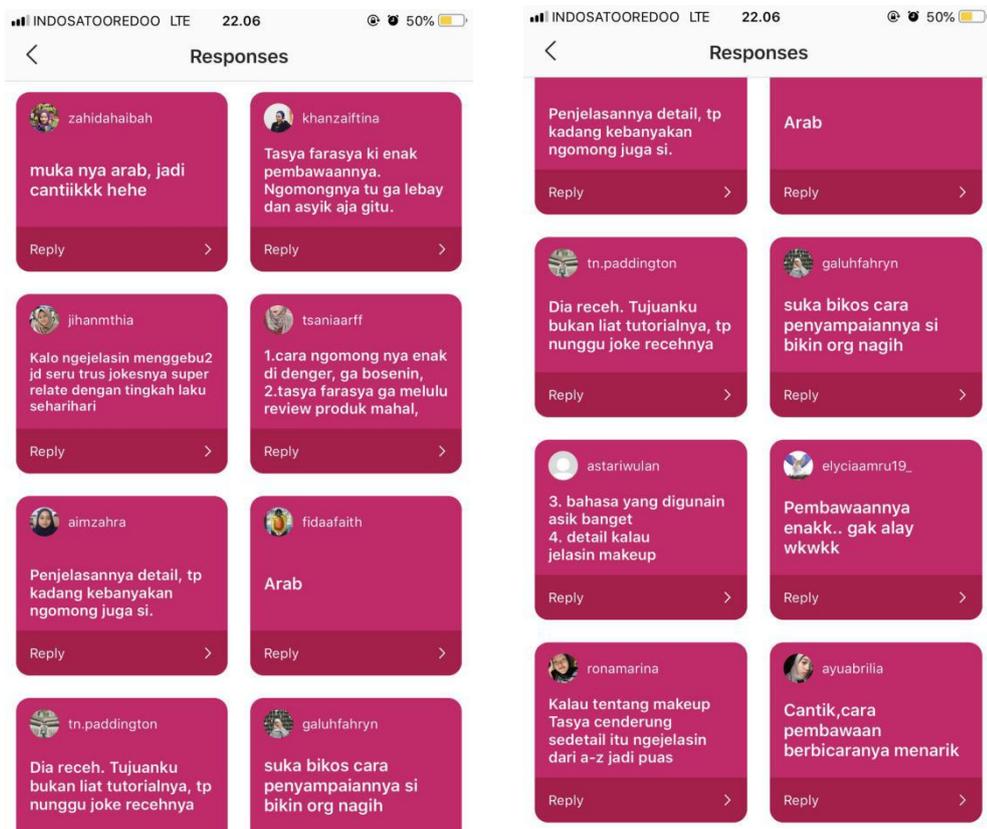
rekognisi yang kuat terhadap Tasya dan semakin memperkuat kesan khas dari seorang Tasya Farasya di mata penggemarnya.

Relevansi *personal brand* yang dibangun oleh Tasya dalam video Youtubenanya juga sesuai dengan teori McNally dan Speak bahwa relevansi ini terkait dengan objek atau target dari konsumen yang dibidik, dimana Tasya membuat *channel* Youtubenanya untuk para *beauty enthusiast*. Video-video yang dibuatnya memiliki satu tema, yaitu kecantikan, yang selain relevan dengan audiensnya juga relevan dengan bidang keahlian yang dimiliki dan disukainya.

C. Analisis Personal Branding Tasya Farasya sebagai Beauty Influencer

Setelah berhasil menyajikan data berbentuk angka-angka persentase kemunculan aspek-aspek *personal branding* dalam video Youtubenanya, peneliti akan mencoba menampilkan bagaimana sosok seorang Tasya Farasya dilihat dari kacamata audiens yang *subscribe channel* Youtubenanya. Peneliti mengadakan survey singkat melalui akun Instagram pribadi peneliti untuk mengetahui bagaimana tanggapan orang lain mengenai Tasya Farasya dengan memberikan pertanyaan singkat pada fitur *Instagram Story*. Pertanyaan pertama yang diberikan oleh peneliti adalah “Apa yang kalian suka dari Tasya Farasya dan menjadikannya sebagai preferensi *beauty influencer* yang kalian percaya daripada *influencer* lain?” dan pertanyaan kedua adalah “Produk kosmetik apa yang pernah kalian beli karena merasa terdorong oleh *review* Tasya Farasya?”. Survey yang dibuat murni dijawab oleh *followers* akun Instagram peneliti tanpa adanya rekayasa dibalik jawaban-jawaban responden yang tertera. Berikut hasil tangkapan layar jawaban para responden dan pembahasannya :

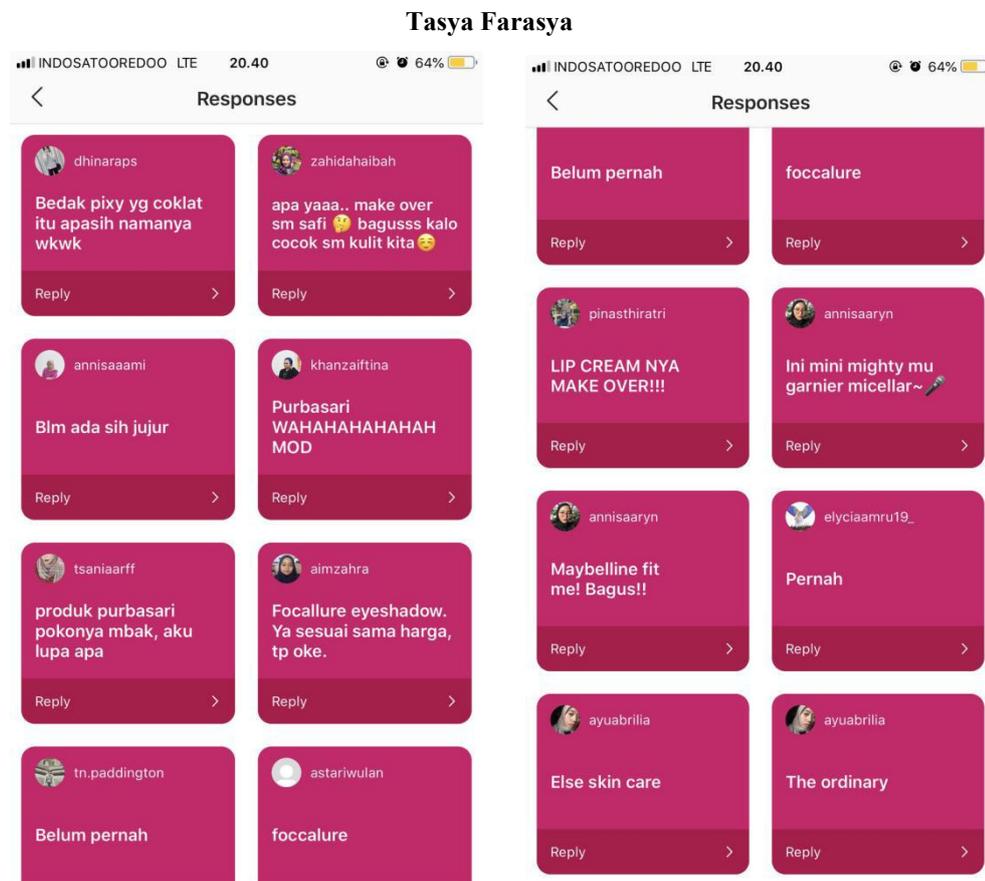
Gambar 3.10. Jawaban Responden Mengenai Alasan Mereka Menyukai Tasya Farasya



Sumber : Instagram Story Pribadi Peneliti (@farichaleylaf) yang diunggah pada 16 Juli 2019, 15:00 WIB

Survey yang dilakukan oleh peneliti dengan pertanyaan “Apa yang kalian sukai dari Tasya Farasya dan menjadikannya sebagai preferensi *beauty influencer* yang kalian percaya daripada *influencer* lain?” berhasil mengundang 13 orang untuk menjawab. Jawaban terbanyak alasan mereka menyukai Tasya adalah karena cara berbicara dan memberikan penjelasan yang dinyatakan oleh 10 dari 13 orang, mereka menyebut Tasya menarik dalam memberikan penjelasan, tegas dan jelas, bahasa yang digunakan mudah dimengerti, terkadang lucu, dan *jokes* yang diutarakan bisa menghibur *audiens*. Sisa jawaban lain mengenai pendapat mereka tentang Tasya Farasya adalah karena mereka mengagumi kecantikannya.

Gambar 3.11. Jawaban Responden Mengenai Produk yang Dibeli Berdasarkan Hasil *Review*

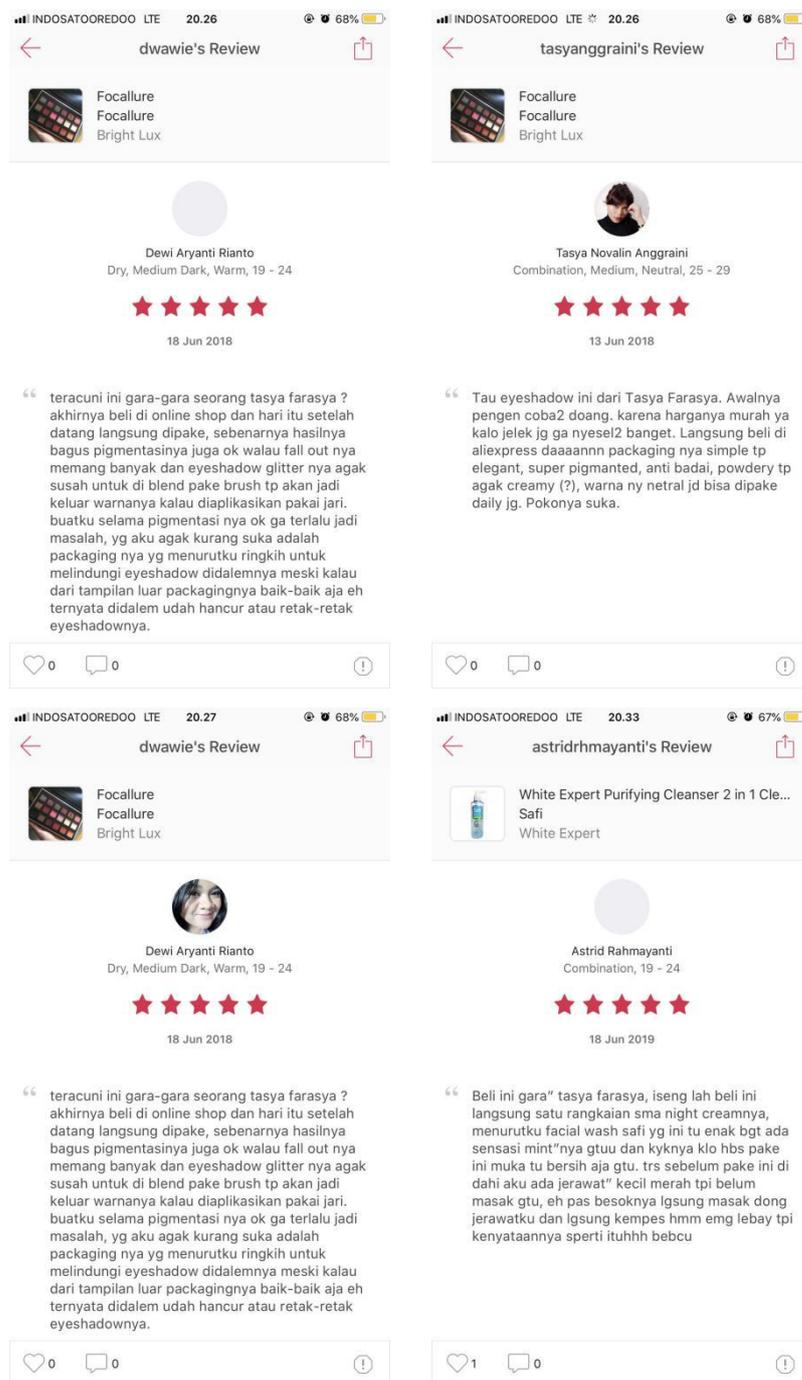


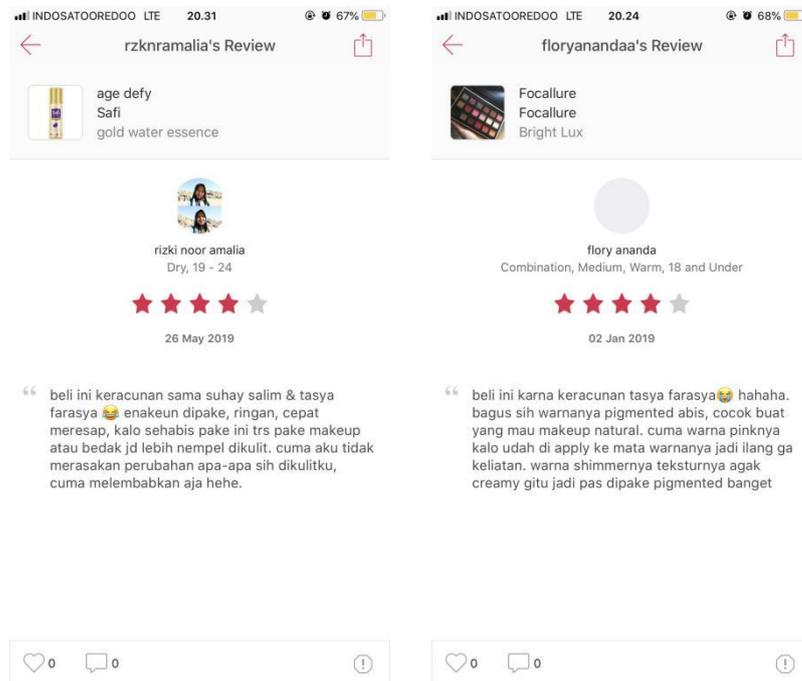
Sumber : Instagram Story Pribadi Peneliti (@farichaleylaf) yang diunggah pada 16 Juli 2019, 15:00 WIB

Pertanyaan mengenai produk yang dibeli berdasarkan dorongan dari *review* Tasya Farasya mengundang 13 responden untuk menjawab. Hasilnya, 11 responden pernah membeli produk-produk kosmetik karena “teracuni” oleh *review* Tasya Farasya. Selain melakukan survey di akun Instagram pribadi, peneliti juga melakukan pencarian acak di Female Daily Network untuk menemukan produk yang *dirate* dan *direview* oleh pengguna yang “teracuni” Tasya Farasya. Female Daily Network yang berada dibawah naungan Transmedia dan Detikcom merupakan aplikasi dan forum wanita pertama di Indonesia yang

fokus kepada kecantikan. melalui Female Daily Network, *users* dapat memberikan penilaian dan ulasan atas pengalaman memakai produk kecantikan yang mereka gunakan.

Gambar 3.12. Ulasan Produk di Female Daily Network yang dibeli karena pengaruh dari review Tasya Farasya.





Sumber : Female Daily Network

Hasil survey singkat melalui Instagram story dan pencarian lebih lanjut di aplikasi Female Daily Network menunjukkan bahwa Tasya Farasya memiliki cara penyampaian yang menarik, *fun*, jelas, tidak dibuat-buat dan detail yang jelas dalam *review* maupun tips yang diberikan kepada audiens sehingga membuat mereka cenderung lebih menyukai Tasya Farasya dibanding *beauty influencer* lain. Hal ini juga yang membuat audiens Tasya merasa terpengaruh untuk ikut menggunakan produk yang diulas oleh Tasya. Sebagai *beauty influencer*, Tasya Farasya memiliki pengaruh bagi para *beauty enthusiast* dalam mengambil keputusan penggunaan produk dan pembelian produk kecantikan dan berhasil menjadi patokan seseorang untuk memilih produk.