



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asad, Issa. 2014. *Instant Profits with Instagram: Build Your Brand, Explode Your Business*. USA: Issa Asad, Dania, Florida.
- Arruda William & Kirsten Dixson. 2007. Career Distinction: Stand Out by Building Your Brand. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Bell. 2001, An introduction To Cybercultures, Routledge: London.
- Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung.
- Crainer, S dan Dearlove, D . 2003. *The Ultimate Book of Business Brands: Insights fiom The Worlds 's 50 Greatest Brands*. United Kingdom: Capstone.
- Creswell, J. 2007. Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches, 2nd ed. California : Sage Publication.
- Duck, Steve & David T. McMahan. 2009. The Basics of Communication: A Relational Perspective. California: SAGE Publications, Inc.
- Gelder, S.V. 2005. *Global Brand Strategy*. London: Kogan.
- Goffman, Erving (1959). The Presentation of Self in Everyday Life. Edinburgh: University of Edinburgh
- Griffin, EM (2000). *A First Look at Communication Theory, 4<sup>th</sup> edition*. Boston: McGraw- Hill Higher Education.
- Hafied Cangara.2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT. Raja Grafindo,
- Hardjana, Agus M. 2003. Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Hare dan Herbert Blumberg.1988. Dramaturgical Analysis of Social Interaction. New York: Praeger.
- Haroen, Dewi. 2014. Personal Branding (Kunci Kesuksesan Berkiprah Di Dunia Politik). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hine, Christine. 2000. Virtual Ethnography. London: SAGE Publications Ltd

- Idrus, Muhammad. 2009. Metode Penelitian Ilmu Sosial. Yogyakarta : Erlangga.
- Jefkins, Frank. 2003. Public Relations. Jakarta: Erlangga
- Kapferer, Jean-Noel. 2012. The New Strategic Brand Management: Advanced Insight & Strategic Thinking, 5th edition. London & Philadelphia: Kogan Page.
- Kivisto, Peter dan Dan Pittman 2007. *Goffman's Dramaturgical Sociology: Personal Sales and Service in a Commodified World*, dalam Peter Kivisto (ed). *Illuminating Social Life: Classical and Contemporary Theory, 4th ed.* Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Kiyosaki, Robert T. 2001. The Cash flow Quadrant, Panduan Ayah Kaya Menuju Kebebasan Finansial. (Terjemahan dari The Cashflow Quadrant, 1999). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kuswarno, Engkus. , 2009. Metode Penelitian Komunikasi : Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya, Widya Padjajaran, Perpustakaan Pusat UII
- Kozinets, R.V. 2012. "Marketing Netnography". Methodological Innovation Online. LA: SAGE Publications Inc.
- Lamb, Charles W, Hair, Joseph F, dan McDaniel, 2001. Jakarta: *Pemasaran*, Buku 1, Salemba Empat.
- Liliweri, Alo. 2002. Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya. Yogyakarta: LKis Yogyakarta.
- Macionis, J. John, 2006. Society the Basic, eight edision. Jakarta: New Jersey, Upper Saddle River.
- McNally, David and Karl D. Speak, 2002, *Be Your Own Brand*. San Fransisco: Berret Koehler Publisher, Inc
- Moleong. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Montoya, Peter. 2008. The Personal Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying the Branding Technique of Michael, Martha & Oprah: Peter Montoya Incorporated.
- Montoya, Peter & Tim Vandehey. 2008. *The Brand Called You: The Ultimate Brand- Building and Business Development Handbook to*

*Transform Anyone Into an Indispensable Personal Brand:* Personal Branding Press.

Mulyana, Deddy. 2008. Metodologi Penelitian Komunikasi. Bandung : Remaja Posda Karya.

Mulyana, Deddy 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Myatt, Michael. 2008. Leadership Matters : The CEO Survival Manual, What It Takes to Reach the C-Suite and Stay There. USA: Outskirts Press, Inc.

Nasrullah, Rulli. 2017. Etnografi Virtual. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Purwanto, Sigit. Terjemahan dari Sandra Oliver. 2005. Strategi Public Relations. Yogyakarta : Erlangga.

Rampersad, Hubert K. 2008, Sukses Membangun Authentic Personal Branding, Edisi Indonesia, Jakarta: PPM.

Rumanti, Maria Assumpta. 2005. Dasar-dasar Public Relations. Jakarta: Grasindo.

Sunarto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.

Widodo, Suko, 2010. *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Aditya Media Publis- shing, Malang.

### **Skripsi**

Angelina, Gloria. 2015. Creative Personal Branding sebagai Food, Travel, and Lifestyle blogger. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

Erika, Feronika. 2015. Strategi PR dalam Personal Branding Joko Widodo (Studi Kasus: Pemilukada DKI JKT 2012). Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

Indrananto, Cahyadi. 2012. Pemimpin Daerah Sebagai Agen (Dramaturgi dalam Komunikasi Politik Walikota Solo Joko Widodo). Depok: Universitas Indonesia.

Medlin, Allison Kay. 2008. Bargain Theater: A Dramaturgical Analysis of a Flea Market. Auburn: Auburn University.

Septiadi, Dicky. 2012. Analisis Proses Pembentukan Personal Brand Melalui Social Media (Studi Kasus Proses Pembentukan Personal Brand Chapy Hakim dan Yunarto Wijaya melalui Twitter). Depok: Universitas Indonesia.

### Pustaka Online

Amalia E, Maulana. 2010. “Brand, Branding dan Peranannya bagi Perusahaan”. Diakses 4 Mei 2017. <http://amaliamaulana.com/blog/brand-branding-dan-peranannya-bagi-perusahaan/>

Ichsan. 2016. “Yasa Paramita Singgih, Pemilik Men's Republic: Menjadi Muda, Menjadi Pengusaha”. diakses 8 Juni 2017. <http://www.republika.co.id/berita/koran/kreatipreneur/16/06/24/o99nk821-yasa-paramita-singgih-pemilik-mens-republic-menjadi-muda-menjadi-pengusaha/>

John. 2014. “Mark Zuckerberg, gray T-shirts, and personal branding”. Diakses 4 Mei 2017. <http://socialmediaimpact.com/mark-zuckerberg-grey-t-shirts-art-personal-branding/>

Men's Republic. “Tentang Kami”. Diakses 4 Mei 2017. <http://mensrepublic.info/tentang-kami>.

“Tanpa Modal, Pengusaha Ini Cetak Omzet 200 juta per Bulan”, 2016. Liputan6.com. 22 September. Diakses 7 Mei 2017. <http://bisnis.liputan6.com/read/2445737/tanpa-modal-pengusaha-ini-cetak-omzet-rp-200-juta-per-bulan/>

Yuriantin. 2016. “ Olivia Lazuardy dan Suci Utami: Kiat Membangun Personal Brand untuk Entrepreneur”. Diakses 4 Mei 2017. <http://www.aura.co.id/articles/Gaya-Hidup/3600-olivia-lazuardy-dan-suci-utami-kiat-membangun-personal-brand-untuk-entrepreneur>

## **Formulir Persetujuan Obersvasi Partisipan dan Wawancara**

### **Universitas Multimedia Nusantara Mata Kuliah Skripsi**

Judul Penelitian : *Entrepreneur & Personal Branding dalam Dramaturgi Erving Goffman (Sudi Etnografi pada Young Entrepreneur Yasa Singgih)*

Peneliti: Kiki Amelia I K

Anda diminta untuk berpartisipasi dalam penelitian. Agar anda dapat memutuskan apakah anda ingin berpartisipasi dalam *project ini*, maka anda harus memahami konten dalam *project* ini seperti resiko dan manfaatnya untuk mendapatkan keputusan yang tepat. Proses ini dikenal sebagai "Formulir Persetujuan". Formulir ini menjelaskan tujuan, prosedur, kemungkinan manfaat, dan resiko. Ini juga menjelaskan bagaimana informasi probadi anda akan digunakan dengan baik dan dilindungi. Setelah anda membaca formulir ini dan pertanyaan anda serta pengamatan partisipasi menjawab penelitian ini, anda akan diminta untuk menandatanganinya. Ini akan memungkinkan partisipasi anda dalam penelitian ini. Anda harus menerima salinan dokumen ini untuk dibawa bersama Anda.

#### **Penjelasan Penelitian**

1. Penelitian ini dilakukan karena peneliti tertarik untuk meneliti tentang *Entrepreneur & Personal Branding dalam Dramaturgi Ering Goffman (Sudi Etnografi pada Young Entrepreneur Yasa Singgih)*
2. Jika Anda setuju untuk berpartisipasi, Anda akan diminta untuk menerima peneliti sebagai bagian dari keseharian selama kurang lebih 30 hari dalam segala kegiatan yang berhubungan dengan bidang kewirausahaan dan Anda juga akan diminta dalam partisipasi wawancara tidak terduga maupun terduga dalam penelitian ini.
3. Anda seharusnya tidak berpartisipasi dalam penelitian ini jika anda merasa tidak nyaman atau tertekan sebagai narasumber.

#### **Resiko dan Ketidaknyamanan**

Tidak ada resiko atau ketidaknyamanan yang diantisipasi dalam penelitian ini, Namun apabila Anda merasa tidak nyaman setiap saat, Anda dianjurkan untuk menghentikan partisipasi saat proses wawancara sedang berlangsung.

#### **Manfaat**

Meskipun Anda mungkin tidak memperoleh keuntungan secara pribadi atau Anda kemudian menjadi paham bentuk *Personal Branding* yang anda dalam diri, anda dapat menjadi pembelajaran dan membagi pengalaman serta pengetahuan sebagai narasumber dalam penelitian ini.

#### **Kerahasiaan dan Rekaman**

Analisis akan dicatat dan di asumsikan ke dalam penelitian ini, kemudian penelitian akan disimpan oleh peneliti dan Universitas. Analisis akan di buat

seperti apa adanya dalam kenyataan yang kemudian akan dituliskan ke dalam dokumen *Word*.

Kompensasi

Tidak ada kompensasi yang diberikan.

Data Diri Peneliti

Jika anda memiliki pertanyaan kepada peneliti diluar proses observasi partisipan, silahkan hubungi Kiki Amelia, Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, Jurusan Ilmu komunikasi, *Public Relations* 2013.

Dengan menandatangani di bawah ini, anda telah setuju bahwa:

1. Anda telah membaca formulir persetujuan ini (atau telah dibacakan kepada anda) dan diberi kesempatan mengajukan pertanyaan.
2. Anda telah diinformasikan tentang resiko potensial dan telah dijelaskan sesuai kepuasan Anda.
3. Partisipasi anda dalam penelitian ini sepenuhnya bersifat apa adanya, sesuai kehidupan sehari-hari.
4. Anda dapat meninggalkan observasi setiap saat. Jika anda memutuskan untuk peneliti berhenti melanjutkan observasi, tidak akan ada hukuman bagi anda dan anda tidak akan kehilangan keuntungan yang Anda sebutkan.

Narasumber



Yasa Paramita Senggih

Jakarta, 10 Juni 2017

Peneliti

( KIKI )

## FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI

Semester : 8  
 Nama Mahasiswa : KIKI AMELIA I.K.  
 NIM : 13140110031  
 Nama Dosen Pembimbing : Bapak Inco Harry Perdana.

Tanggal Konsultasi	Agenda/Pokok Bahasan	Saran Perbaikan	Paraf Dosen Pembimbing
24/2/17	Menentukan penelitian yang tepat (santi sudiul) → terfokus do personal branding.		
3/3/17	menyerahkan ide pokok penelitian (personal branding x dramaturgi)	penambahan metode etnografi komunikasi	
17/3/17	mereview BAB I & II	• tdk perlu BNYK teori, FOKUS dramaturgi	
31/3/17	mereview BAB III (teori-teori)		
12/4/17	• mereview BAB I - III • MEMPERBAIKI kerangka teori	• perdalam teori etnografi kom (prof ekskus)	
21/4/17	mendefinisikan pandangan untuk BAB IV		
12/5/17	FOKUS PEMBATASAN + Hasil penelitian		
19/5/17.	mereview BAB IV kesesuaian <del>metod</del>	menyambungkan dramaturgi x etnografi	

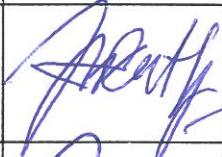
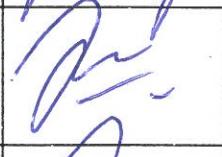
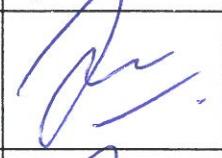
Catatan : Form ini wajib dibawa pada saat konsultasi & dilampirkan di dalam skripsi

JULI  
 Tangerang, 13 AGUSTUS 2017.

  
 Dosen Pembimbing

## FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI

Semester : 8  
 Nama Mahasiswa : KIKI AMELIA IK .  
 NIM : 13140110031  
 Nama Dosen Pembimbing : BAPAK INCO HARY .

Tanggal Konsultasi	Agenda/Pokok Bahasan	Saran Perbaikan	Paraf Dosen Pembimbing
28/6/17.	Review seIuruh lampiran (1-4)		
5/7/17	Review semua BAB	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ TYPO</li> <li>◦ penulisian kutipan</li> </ul>	
18/7/17	menambahkan data transkrip & perbaikan typo		
13/7/17.	siap sidang	Good luck ☺ u can do it	

Catatan : Form ini wajib dibawa pada saat konsultasi & dilampirkan di dalam skripsi

Tangerang, 13 juli 2017-

  
Dosen Pembimbing