

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian**

##### **3.1.1 Metode dan Strategi Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus dipilih karena peneliti membutuhkan penelitian dengan penyelidikan intensif dari fenomena tertentu dalam konteks yang sebenarnya. Penyelidikan studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan banyak informasi secara terperinci melalui wilayah dimensi yang luas mengenai sebuah kasus. Dalam hal ini peneliti melakukan studi kasus terhadap proses pembentukan personal branding yang dibentuk oleh Rissa Stellar.

Penelitian ini menggunakan studi kasus tunggal holistik (*holistic single-case study*) yaitu sebuah desain kasus yang memberikan kesempatan untuk melakukan eksplorasi yang mendalam dari fenomena tertentu. Menurut Yin (2009, hlm.72-73) studi kasus tunggal adalah penelitian yang menempatkan sebuah kasus sebagai fokus dari penelitian. Yin menjelaskan bahwa terdapat beberapa alasan untuk menggunakan hanya satu kasus di dalam penelitian studi kasus seperti:

1. Kasus yang dipilih mampu menjadi bukti dari teori. Sebuah kasus tunggal, memenuhi semua kondisi untuk menguji teori, dapat mengkonfirmasi, tantangan, atau memperpanjang teori. Satu kasus kemudian dapat digunakan untuk menentukan apakah proposisi teori ini benar dan relevan
2. Kasus yang dipilih merupakan kasus yang ekstrim atau unik. Kasus yang diteliti haruslah kasus yang jarang terjadi sehingga layak untuk diteliti.

3. Kasus yang dipilih merupakan kasus tipikal atau perwakilan dari kasus lain yang sama. Tujuan menggunakan kasus ini adalah untuk menangkap situasi dan kondisi yang sudah ada sehingga penelitian dilakukan hanya pada satu kasus saja
4. Kasus dipilih karena bersifat *longitudinal*, yaitu terjadi dalam dua atau lebih pada waktu yang berlainan.

### 3.1.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan dari perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena ingin mengetahui secara mendetail, memberikan gambaran secara lengkap dan lebih mendalam mengenai proses pembentukan personal branding dan strategi personal branding yang dibentuk oleh Rissa Stellar dalam media blog nya. Pendekatan kualitatif dilakukan agar peneliti bisa mewawancarai secara mendalam kepada Rissa, manajer, serta beberapa readers blog dan customer *evetexlippielust*.

Menurut Soemantri (2005, hlm. 58) penelitian kualitatif merupakan gaya penelitian yang berusaha mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya. Dalam penelitian kualitatif kehadiran nilai peneliti bersifat eksplisit dalam situasi yang terbatas, melibatkan subjek dengan jumlah. Menurut Creswell (2009, hlm. 465) penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.

Fungsi dari penelitian kualitatif adalah deskriptif atau eksploratif oleh seorang peneliti dan memang keduanya adalah kunci dari penelitian kualitatif. Tujuan terpenting adalah untuk mengeksplorasi dan menjelaskan pemahaman

dan interpretasi dari fenomena sosial peserta dengan cara menangkap dan melihat sikap yang ada dalam kehidupan mereka.

Alasan peneliti menggunakan pendekatan ini karena pendekatan kualitatif dianggap sesuai dengan penelitian ini yang bertujuan ingin mengetahui secara mendalam dan memahami bagaimana strategi personal branding yang dilakukan oleh Rissa Stellar.

## **3.2. Partisipan dan Tempat Penelitian**

### **3.2.1 Partisipan Penelitian**

Partisipan yang berperan sebagai informan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan *purposive sample* (sampel berdasarkan tujuan). *Purposive sample* adalah pengambilan sampel berdasarkan kapasitas dan kapabilitas yang benar-benar paham di bidangnya sesuai dengan tujuan penelitian (Hikmat, 2011, hlm. 64). Sugiyono, (2012, hlm. 216) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, tetapi disebut informan, atau partisipan karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi hanya berlaku untuk kasus situasi sosial tertentu (Sugiyono, 2012, hlm. 216).

Berdasarkan kriteria di atas, pengambilan informan penelitian dengan menggunakan *purposive sampling* dinyatakan cocok dengan masalah penelitian yang peneliti bahas, yaitu penentuan subjek didasarkan atas tujuan peneliti dalam mengungkap masalah yang diangkat dalam penelitian. Partisipan penelitian atau informan ditentukan berdasarkan orang yang dianggap paling mengetahui tentang informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, sehingga akan memudahkan peneliti dalam menelusuri situasi yang diteliti dan dapat memberikan informasi berupa data yang dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya.

Informan yang ada dalam penelitian ini adalah Rissa Stellar sebagai informan utama, Anggi sebagai manager pribadi Rissa Stellar. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah rekan kerja dan beberapa pembaca setia (loyal readers) didalam blog Rissa Stellar.

Berikut adalah daftar informan utama dalam penelitian ini:

**Tabel 3.1 informan utama penelitian**

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Keterangan
1.	Rissa Stellar	28 tahun	Perempuan	Pemilik situs lippielust.com

Adapun informan pendukung dalam penelitian ini yaitu

**Tabel 3.2 informan pendukung penelitian**

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Keterangan
1.	Anggi	30 tahun	Perempuan	Manajer Pribadi Rissa
2.	Vania Tiffany	24 tahun	Perempuan	Pemilik Brand Evete Naturals (rekan kerja Rissa)
3.	Seren Trihardja	26 tahun	Perempuan	Pembaca Blog+Pembeli
4.	Api Adyantari	24 tahun	Perempuan	Pembaca Blog+pembeli

### 3.2.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang dipilih dalam penelitian adalah Sejiwa Coffee yang terletak di Jalan Progo No.15 Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat.

### 3.3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini merupakan sebuah alat ukur untuk mengukur data lapangan. Alat ukur adalah alat bantu yang menentukan bagaimana dan apa yang harus dilakukan dalam mengumpulkan data. Pada dasarnya, kegiatan pengumpulan data adalah kegiatan untuk melakukan pengukuran terhadap data mana yang sesuai dan mana yang tidak. Alat ukur ini sangat penting untuk mencari data dengan cara membatasi kebenaran dan ketepatan indikator variabel yang sudah ditetapkan dari data lapangan, sehingga data yang terkumpul sesuai dengan masalah dan tidak meluas (Kriyantono, 2010, hlm.96). Peneliti kualitatif sebagai *human instrumen* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono, 2009, hlm. 306).

#### a. Pedoman wawancara

Pedoman wawancara digunakan sebagai acuan dalam proses pengumpulan data wawancara. Pedoman wawancara dibuat sesuai dengan rumusan masalah pada penelitian ini. Pedoman wawancara dibuat untuk memberikan arahan dan batasan saat proses tanya jawab berlangsung, sehingga hasil yang didapat dapat dipertanggungjawabkan. Pedoman wawancara ini digunakan untuk memperoleh data yang objektif dan mendalam mengenai strategi *personal branding* yang dilakukan Rissa Stellar

#### b. Pedoman Observasi

Pedoman observasi digunakan untuk mencatat hal-hal penting yang akan membantu penulis dalam mengingat permasalahan dan peristiwa-peristiwa yang terjadi saat pengamatan berlangsung. Pedoman observasi digunakan pula sebagai pengecekan data (Triangulasi Data). Sehingga data yang didapatkan di lapangan dapat dipertanggungjawabkan dengan baik.

Pedoman observasi yang digunakan peneliti adalah kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh Rissa Stellar.

c. Studi Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini sebagai alat pendukung penelitian, atau dokumentasi selama penelitian. Dokumentasi ini menjadi data pendukung dan melengkapi data yang dibutuhkan pada penelitian ini.

### **3.4 Data dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Data Primer**

Data Primer, adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden secara langsung (Arikunto, 2010, hlm.22). Data primer yang diperoleh dari informan melalui wawancara mendalam, observasi (pengamatan), dan dokumentasi.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah studi literatur berupa jurnal, buku, dan laporan penelitian sebelumnya yang menjadi informasi yang mendukung data primer. Data dari studi literatur adalah data awal yang diperoleh dalam penelitian yang dapat menuntun peneliti saat penelitian di lapangan mengumpulkan data primer melalui wawancara mendalam.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, Karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka

peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2013, hlm.224). Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

a. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah wawancara mendalam (*in-dept interview*) dimana peneliti dan informan bertatap muka secara langsung. Patton dalam Gunawan (2013, hlm.164) menegaskan bahwa tujuan wawancara untuk mendapatkan dan menemukan apa yang terdapat di dalam pikiran orang lain. Dalam wawancara mendalam berlangsung suatu diskusi terarah diantara peneliti dan informan menyangkut masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk mendapatkan data utama sebagai sumber data primer, yaitu meliputi data strategi *personal branding* yang dilakukan oleh Rissa Stellar.

b. Observasi (Pengamatan)

Arikunto dalam Gunawan (2013, hlm.226) mendefinisikan observasi sebagai suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis. Tujuan observasi adalah mengerti ciri-ciri dan luasnya signifikansi dari interelasinya elemen-elemen tingkah laku manusia pada fenomena sosial serba kompleks dalam pola-pola kultur tertentu. Jenis observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi terus terang atau tersamar, dimana peneliti melakukan pengumpulan data secara terus terang kepada sumber data bahwa ia sedang melakukan penelitian.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan data yang terdiri dari kata-kata dan gambar secara tertulis, dicetak, visual, multi-media dan bentuk digital (Daymon dan Hollowey, 2011, hlm. 277). Gunawan (2013, hlm.180)

menyebutkan kajian dokumen merupakan sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dan bahan-bahan tulisan lainnya. Pengumpulan data perlu didukung pula dengan pendokumentasian, dengan foto, video dan *compact disk*.

Peneliti merangkum teknik pengumpulan data penelitian ini dalam tabel berikut:

**Tabel 3.3. Teknik Pengumpulan Data**

<b>Teknik Pengumpulan Data</b>	<b>Aspek Penelitian</b>	<b>Sumber Data</b>
Wawancara Mendalam	Terkait dengan proses pembentukan personal branding yang dilakukan oleh Rissa Stellar, bagaimana strategi personal brandingnya dalam media sosial, dan apa hasil akhirnya yang diperoleh dari pembentukan personal branding yang ia lakukan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anggi manajer pribadi Rissa Stellar</li> <li>• Rissa Stellar selaku informan utama</li> <li>• Vania selaku owner Evete Naturals, rekan kerja Rissa</li> </ul>
Observasi (Pengamatan)	Kegiatan sehari-hari Rissa Stellar	Pembaca blog "lippielust.com"
Studi Dokumentasi	Kegiatan saat wawancara berlangsung dengan Rissa Stellar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arsip data hasil kegiatan komunikasi (laporan kegiatan, kliping media).</li> </ul>
Studi Literatur	Kegiatan penelusuran data sekunder berupa jurnal, buku, dan laporan penelitian sebelumnya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buku</li> <li>• Jurnal</li> <li>• Laporan Penelitian</li> </ul>

### 3.6 Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian kualitatif diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Pengamatan yang dilakukan secara terus menerus mengakibatkan variasi data yang tinggi. Bogdan (dalam Sugiyono, 2015, hlm.38) mengungkapkan bahwa *“data analysis is the process of systematically searching and arranging the interview transcript, fieldnotes, and other materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to presents what you have discovered to others”* artinya bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam beberapa kategori dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh orang lain. Penulis menggunakan teknik analisis data model Miles and Huberman dalam penelitian ini. Analisis data dalam model ini dilakukan saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Apabila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2015, hlm.91) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan

berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion data/verification*).

a. Reduksi data (Data reduction)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, jika peneliti dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.

b. Penyajian data (Display data)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini, Miles and Huberman (dalam Sugiyono, 2015, hlm.95) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

c. Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal

yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan yang baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2013, hlm.253)

### **3.7 Teknik Pengujian Keabsahan Data**

Penelitian dikatakan valid jika penelitian kualitatif terdapat uji keabsahan data. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan beberapa teknik dalam menguji validitas data dengan menguji kredibilitas pada penelitian ini. Menurut Sugiyono(2013, hlm.124) menjelaskan validitas data dalam menguji kredibilitas sebagai berikut:

a. Meningkatkan ketekunan

Teknik ini merupakan proses melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis (Sugiyono, 2013, hlm.124). pada penelitian ini penulis melakukan suatu pengamatan secara lebih detail dengan sumber data yang ada.

b. Triangulasi

Triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Salah satunya adalah melalui proses triangulasi dengan menggunakan teknik pengumpulan data. Triangulasi dengan teknik

pengumpulan data untuk menguji kredibilitas dan keabsahan data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama yang sama dengan teknik yang berbeda. Pada penelitian ini triangulasi dilakukan melalui teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi pada Rissa Stellar serta dokumentasi ketika melakukan wawancara dengan Rissa Stellar (Sugiyono, 2013, hlm.125).

c. Menggunakan bahan referensi

Teknik ini merupakan adanya pendukung untuk memberikan data yang telah ditemukan oleh peneliti (Sugiyono, 2015, hlm.125) penelitian ini akan didukung dengan foto-foto yang dapat mendukung data yang sudah didapatkan.

d. Mengadakan *Member Check*

*Membercheck* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan membercheck adalah untuk mengetahui sejauh mana data atau informasi yang diperoleh dapat sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh informan. Apabila data yang ditemukan disepakati, maka data tersebut sudah valid, tetapi apabila data yang ditemukan peneliti dengan berbagai penafsirannya tidak disepakati, maka peneliti perlu melakukan diskusi dengan pemberi data, dan apabila perbedaannya tajam, maka peneliti harus merubah temuannya, dan harus menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. *Membercheck* dapat dilakukan setelah satu periode pengumpulan data selesai, atau setelah mendapat kesimpulan. Caranya dapat dilakukan secara individual, dengan cara peneliti datang ke pemberi data, atau melalui forum diskusi kelompok. Setelah data disepakati bersama, maka pemberi data diminta untuk menandatangani agar data lebih otentik sekaligus sebagai ukti bahwa peneliti telah melakukan *membercheck*. (Sugiyono, 2015, hlm.129). Pada penelitian ini member check dilakukan agar ada kesepakatan antara data yang ditemukan oleh penulis melalui observasi dengan data yang diberikan oleh pemberi data pada saat proses wawancara.

Aspek Rumusan Masalah	Aspek yang akan diteliti	Pertanyaan Penelitian
Identitas Personal	Nama lengkap, usia, pekerjaan/jabatan, asal daerah, dan demografi lainnya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sudah berapa lama Anda menjadi seorang blogger?</li> <li>2. Mengapa Anda memilih untuk menjadi seorang penulis blog?</li> <li>3. Bagaimana Anda mengawali karier Anda sebagai penulis blog? Bisa diceritakan mengapa menentukan untuk menjadi seorang blogger?</li> </ol>
1. Bagaimana proses pembentukan personal branding melalui media sosial blog?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Khas</li> <li>• Relevan</li> <li>• Konsisten</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa saja yang informan ketahui tentang blog?</li> <li>2. Mengapa tertarik menulis blog?</li> <li>3. Sejak kapan informan mulai mengenal istilah blogging?</li> <li>4. Dari mana awalnya informan mengetahui istilah blogging?</li> <li>5. Kapan pertama kali informan memutuskan untuk melakukan kegiatan blogging?</li> <li>6. Mengapa memilih konten tersebut yang ditulis dalam blog?</li> <li>7. Bagaimana awal pembentukan page blog seperti sekarang?</li> <li>8. Bagaimana pengalaman informan dalam melakukan aktivitas blogging? Apakah ada pengalaman unik saat blogging?</li> <li>9. Seberapa sering menulis blog?</li> <li>10. Apa pendapat dari keluarga dan rekan informan dengan aktivitas blogging yang dilakukan? Apakah ada pro dan kontra?</li> <li>11. Bagaimana komentar yang didapatkan setelah mengunggah konten blog di website? (apakah dibaca, jika ada saran akan diikuti, bagaimana dengan komentar negative?</li> <li>12. Persiapan apa yang dilakukan sebelum menulis blog? Ada konten tertentu yang harus diposting?</li> <li>13. Apa niat awalnya dalam membangun blog?</li> <li>14. Apa yang diketahui oleh informan</li> </ol>

		<p>mengenai personal branding?</p> <p>15. Konsep personal branding apa yang ingin dibentuk? Mengapa demikian?</p> <p>16. Bagaimana proses pengolahan konten blog sebelum diunggah ke website?</p> <p>17. Sejauh mana personal branding berpengaruh dalam karir?</p> <p>18. Siapa saja yang berperan dalam membantu membangun personal branding yang dibentuk?</p> <p>19. Apa saja yang harus dilakukan untuk membangun personal branding?</p> <p>20. Apa makna personal branding bagi informan sendiri?</p>
2. Bagaimana strategi personal branding yang dilakukan dalam media sosial blog?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nilai</li> <li>2. Kemampuan</li> <li>3. Perilaku</li> <li>4. Penampilan</li> <li>5. Keunikan</li> <li>6. Prestasi</li> <li>7. Kekuatan</li> <li>8. Otentik</li> <li>9. Tujuan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>21. Sejak kapan aktif bermain media sosial?</li> <li>22. Bagaimana personal branding berperan dalam karier informan?</li> <li>23. Apa saja elemen-elemen penting dalam membangun personal branding?</li> <li>24. Bagaimana peran media sosial bagi informan dalam membangun personal branding?</li> <li>25. Bagaimana personal branding berperan sebagai kesuksesan?</li> <li>26. Apa hal yang paling sulit mempertahankan personal branding?</li> <li>27. Apa saja komponen yang membangun personal branding?</li> </ol>
4. Bagaimana hasil yang didapat oleh informan dari personal branding yang dibangun?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Eksistensi</li> <li>2. Reputasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>28. Bagaimana hasil yang didapatkan setelah membangun personal branding di blog?</li> <li>29. Adakah perbedaan yang terjadi dalam karir anda dari awal sampe sekarang dari terbentuknya personal branding?</li> <li>30. Sejauh mana personal branding berdampak terhdap karir?</li> <li>31. Apa saja keuntungan membangun personal branding?</li> </ol>

		<p>32. (nanti tanya proses bagaimana dia bisa membuat brand sendiri yaitu BLP yaaa, setelah dia jawab keuntungan personal branding?</p> <p>33. Apakah akun blog yang dimiliki mempresentasikan gaya, kompetensi, dan standar diri yang dimiliki? Mengapa?</p> <p>34. Adakah keinginan mengubah gaya kompetensi atau standar diri yang sudah dimiliki sekarang? Kalo iya kenapa? Enggak kenapa?</p> <p>35. Jadi, menurut informan bagaimana personal branding sangat berperan dalam kehidupan di era modern pada saat ini?</p>
--	--	---

*Tabel 3.4 Pertanyaan Wawancara*