

Komparasi Strategi *Brand (Branding)* Mystylez Dance Studio dengan Wannabe Pro Dancer

¹Silvia Wanti Sari, ²Neni Yulianita

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

e-mail: ¹cippi.cippo@yahoo.com, ²neni_yul@yahoo.com

Abstract. With the development of more advanced age, the advent of internet media into the center of public attention. One of them youtube media are widely seen by the public, in addition to adding information can also entertain the public with video broadcasts. Nowadays a lot of people who use YouTube to do the promotion or recognition of a brand, which is often called the Branding strategy. A well-crafted brand that has three main components, namely: the definition of the target market you wish to pursue, the definition of your company's business or industry or category competing in it, the statement points difference and the major benefit. No exception dance studios in Bandung using Youtube media to perform Branding strategy. One dance studio that uses media Youtube is MyStylez Dance Studio and Wannabe Pro Dancer. MyStylez dance studio is a community street dance or a dance studio that had hiphop genre. While Wannabe Pro Dancers are a professional container entertainment service providers. Dance studio success both in pursuing a strategy of branding through media Youtube is one reason the authors to examine the "Comparative Strategy Brand (Branding) Mystylez Dance Studio with Wanna Be Pro Dancer in media Youtube" using a descriptive study which is based on interviews, literacy studies, and observations of the author of the study subjects with the aspect of branding strategy, namely brand positioning, brand identity and brand personality contained on Youtube media from MyStylez Dance Studio and Wannabe Pro Dancer. The results of this study are much the author tried to explain that the branding strategy undertaken by both the dance studio has a very significant difference, which indicates the identity MyStylez MyStylez the genre of hip-hop Dance Studio, Wannabe while showing some of the different genres of dance, showing excellence in dance wannabe various genres of dance, MyStylez implanting hip hop dance with her attitude because if just dancing alone that was used, but it is rare to dance with attitude, while Wannabe makes each member of a professional who can dance in any genre because wannabe dancing made as a profession.

Keyword : Branding, Youtube, MyStylez, Wannabe

Abstrak. Dengan berkembangnya zaman yang semakin maju, munculnya media-media internet menjadi pusat perhatian masyarakat luas. Salah satunya media youtube yang banyak dilihat oleh masyarakat, selain dapat menambah informasi juga dapat menghibur masyarakat dengan tayangan-tayangan video. Sekarang ini banyak sekali masyarakat yang menggunakan Youtube untuk melakukan promosi atau pengenalan suatu merek, yang sering disebut strategi *Branding*. Sebuah *Brand* yang disusun dengan baik memiliki tiga komponen utama, yaitu: definisi target pasar yang ingin anda kejar, definisi bisnis perusahaan anda atau industri atau kategori yang bersaing di dalamnya, pernyataan titik perbedaan dan manfaat utama. Tidak terkecuali studio-studio dance di Kota Bandung yang menggunakan media Youtube untuk melakukan strategi *Branding*. Salah satu studio dance yang menggunakan media Youtube ialah MyStylez Dance Studio dan Wannabe Pro Dancer. MyStylez dance studio adalah sebuah komunitas street dance atau sebuah sanggar tari yang ber genre hiphop. Sedangkan Wannabe Pro Dancers adalah wadah profesional penyedia layanan jasa entertainment. Keberhasilan kedua studio Dance dalam melakukan strategi *Branding* melalui media Youtube menjadi salah satu alasan penulis untuk meneliti "Komparasi Strategi *Brand (Branding)* Mystylez Dance Studio dengan Wanna Be Pro Dancer di media Youtube" dengan menggunakan studi deskriptif yang bersumber pada wawancara, studi literasi, dan observasi penulis terhadap subjek penelitian dengan memperhatikan aspek strategi *Branding*, yaitu *brand positioning*, *brand identity*, dan *brand personality* yang terdapat di media Youtube dari MyStylez Dance Studio dan Wannabe Pro Dancer. Adapun hasil penelitian ini kurang lebihnya penulis mencoba untuk memaparkan bahwa strategi *Branding* yang dilakukan oleh kedua studio dance memiliki perbedaan yang sangat signifikan, dimana MyStylez menunjukkan jati diri MyStylez Dance Studio itu bergenre hiphop, sedangkan Wannabe menunjukkan beberapa genre tarian berbeda-beda, menunjukkan keunggulan wannabe dalam menari berbagai genre tarian, MyStylez menanamkan tarian hiphop dengan *attitude* nya karena kalau hanya menari saja itu

sudah biasa, namun menari dengan *attitude* itu langka, sedangkan Wannabe menjadikan setiap anggotanya seorang profesional yang bisa menari dalam genre apapun karena di wannabe menari dijadikan sebagai profesi.

Kata Kunci: *Branding, Youtube, MyStylez dan Wannabe*

A. Pendahuluan

Dengan berkembangnya zaman yang semakin maju, munculnya media-media internet menjadi pusat perhatian masyarakat luas. Salah satunya media youtube yang banyak dilihat oleh masyarakat, selain dapat menambah informasi juga dapat menghibur masyarakat dengan tayangan-tayangan video yang menarik. Sejak dahulu, peneliti-peneliti komunikasi massa telah menyadari betapa kuatnya peran media komunikasi dalam membentuk pemikiran masyarakat. Media komunikasi memiliki keperkasaan dalam mempengaruhi masyarakat, teristimewa pengaruh yang ditimbulkan oleh media massa (Effendy, 2003 ; 407)

Media massa memiliki peran strategis, sebagai saluran yang menyampaikan informasi kepada publik secara serempak diantara khalayak yang sedang menggunakan media tersebut. Pada dasarnya, media massa memiliki fungsi penghantar dalam menyebar berbagai macam pengetahuan, menyelenggarakan kegiatan dalam lingkungan publik yang dapat dijangkau segenap anggota masyarakat secara bebas, sukarela, umum dan murah, hubungan antara pengirim dan penerima seimbang dan sama, serta mampu menjangkau lebih banyak orang daripada institusi lainnya (McQuail, 1987;51)

Pesan yang disampaikan oleh media masa melalui majalah, koran, tabloid, buku, televisi, radio, internet, dan film diterima secara serempak oleh khalayak luas yang jumlahnya ribuan bahkan puluhan juta. Media massa yang baik seharusnya menjalankan fungsi yang sama dengan komunikasi massa seperti yang dikemukakan oleh Harold Laswell, diantaranya untuk menginformasikan (*to inform*), untuk mendidik (*to educate*), dan untuk menghibur (*to entertain*).

Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, masyarakat dapat memperoleh sesuatu dengan mudah melalui media. Salah satu media yang sering digunakan untuk mencari informasi adalah media internet youtube. Banyak orang memilih media youtube sebagai media online untuk mencari informasi dan hiburan karena youtube merupakan sebuah situs web dimana situs ini memungkinkan pengguna menggugah, menonton, dan berbagi video. Youtube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada tahun 2005 di Amerika Serikat. Youtube merupakan perkembangan teknologi baru yang memudahkan masyarakat untuk mengakses atau melakukan apapun yang mereka inginkan. Banyak sekali manfaat dari media youtube untuk masyarakat, namun banyak juga dampak negatif yang muncul dikalangan masyarakat. Tapi semua itu bergantung dari penggunaanya itu sendiri, jika masyarakat dapat memanfaatkan media youtube dengan baik dan benar, maka media youtube dapat menjadi sumber informasi dan benar-benar mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitas tertentu.

Sebuah *brand positioning* yang disusun dengan baik memiliki tiga komponen utama, yaitu: definisi target pasar yang ingin anda kejar, definisi bisnis perusahaan anda atau industri atau kategori yang bersaing di dalamnya, pernyataan titik perbedaan dan manfaat utama. Seperti halnya MyStylez dance studio dengan Wanna be pro dancer yang memanfaatkan media youtube sebagai alat untuk membangun brand mereka masing-masing sekaligus menjadi alat untuk promosi keahlian di bidangnya

masing-masing. Banyaknya masyarakat Bandung yang memiliki minat di bidang tari membuat para pakar seni membuat sebuah komunitas tari atau sanggar tari sebagai wadah untuk masyarakat yang memiliki minat dan potensi di bidang tari agar bisa lebih berkembang.

MyStylez dance studio adalah sebuah komunitas street dance atau sebuah sanggar tari yang ber genre hiphop, MyStylez dance studio juga merupakan wadah yang terdiri dari dance school, talent center, event organizer dan shop yang resmi didirikan pada tanggal 10 Maret 2014 yang bertempat di jalan Kiara Condong no.253, dan Andee Larion sebagai foundernya. Wanna be Pro Dancers adalah wadah profesional penyedia layanan jasa entertainment, khususnya seni tari misalnya : acara gathering, launching produk baru, yang bertempat di jalan Jurang no.51. Wanna be dibentuk pada tahun 1984 oleh Violeta Burki dan beberapa seniman tari, pada tahun 2011 resmi launching menjadi Wanna be Pro Dancer oleh Astie Yuliasuti. Dengan media youtube MyStylez dance studio dan wanna be pro dancers melakukan konstruksi brand dengan cara mengunggah beberapa video-video agar lebih mudah dikenal masyarakat sehingga informasi yang disampaikan oleh MyStylez dance studio dan wanna be pro dancer dapat dilihat oleh masyarakat luas. Adanya perbedaan genre antara Mystylez dance studio dengan Wanna be pro dancer membuat setiap sanggar tari memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, baik dari segi keahlian maupun eksistensi di kalangan masyarakat Bandung. Media youtube adalah salah satu media yang dianggap bisa digunakan MyStylez dance studio dan Wannabe pro dancer untuk memperlihatkan keahliannya di bidang tari kepada masyarakat dan agar masyarakat tahu perbedaan dari MyStylez dance studio dengan Wannabe pro dancer, dan dengan media youtube dapat dengan mudah membentuk persepsi masyarakat tentang informasi yang disampaikan MyStylez dance studio dan Wannabe pro dancer.

Melihat dari *brand positioning* Mystylez dance studio yang lebih dikenal di kalangan masyarakat walaupun studio dance ini merupakan studio dance yang baru berdiri di industri tari modern. Banyaknya video yang diunggah di youtube oleh Mystylez dance studio berawal dari dance competition yang diadakan oleh salah satu stasiun televisi, lalu Mystylez dance studio dapat meraih juara 1 The Dance Icon Indonesia SCTV sehingga banyaknya video-video yang beredar di youtube yang membuat masyarakat banyak mengenal studio dance tersebut. Meskipun Mystylez dance studio baru berdiri sekitar 2 tahun, studio ini mampu bersaing dengan Wanna be pro dancer di dunia industri tari. Hal ini menarik peneliti untuk mengetahui *branding* dari ke dua studio dance tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana *Brand Positioning* mystylez dance studio dengan wanna be pro dancer di media youtube
2. Untuk mengetahui bagaimana *Brand Identity* mystylez dance studio dengan wanna be pro dancer di media youtube
3. Untuk mengetahui *Brand Personality* mystylez dance studio dengan wanna be pro dancer di media youtube

B. Landasan Teori

Dalam penelitian ini penulis memaparkan dua penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang komparasi strategi *branding* MyStylez Dance Studio dengan Wannabe Pro Dancer melalui media Youtube. Konseptualisasi strategi *branding* yang penulis gunakan untuk penelitian ini

yaitu, konsep strategi *branding* dari Gelder(2005), strategi *branding*: *brand positioning*, *brand identity*, dan *brand personality*. Pengertian Branding terminologi umum sebuah brand atau merek adalah sesuatu tanpa embel-embel, tanpa nama merek, dan produk biaya rendah yang secara mudah diidentifikasi oleh kategori produknya.

1. Menurut Gelder (2005) Brand positioning adalah “as a way of demonstrating a brand's advantage over and differentiation from its its competition”. Brand positioning adalah menunjukkan kelebihan dari suatu merek dan sesuatu yang membedakannya dari produk serupa.
2. Menurut Gelder (2005), “Brand identity as a set of aspects that convey what a brand stands for: its background, its principles, its purpose and ambitions”. Brand identity adalah sekumpulan aspek yang menyatakan keberadaan dari brand tersebut, dimulai dari latar belakangnya, prinsipnya dan ambisi tujuannya.
3. Pengertian brand personality menurut Gelder (2005), “Brand personality is developed to enhance the appeal of a brand to the consumers”, yang berarti brand personality dibentuk untuk meningkatkan daya tarik sebuah brand kepada konsumen.

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut “Bagaimanakomparasi strategi *brand (branding)* Mystylez Dance Studio dengan Wanna Be Pro Dancer di media youtube?” selanjutnya, pertanyaan yang muncul dalam rumusan permasalahan inidiuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana *Brand Positioning* mystylez dance studio dengan wanna be pro dancer di media youtube?
2. Bagaimana *Brand Identity* mystylez dance studio dengan wanna be pro dancer di media youtube?
3. Bagaimana *Brand Personality*mystylez dance studio dengan wanna be pro dancer di media youtube?

Dari hasil penelitian ketiga rumusan masalah tersebut dijelaskan lebih lanjut secara rinci sebagai berikut :

1. Brand Positioning dari MyStylez Dance Studio dan Wannabe Pro Dancer

- a. Brand Positioning dari MyStylez Dance Studio adalah MyStylez Dance Studio memperkenalkan studio ini menggunakan media youtube, dengan mengunduh video profile atau video-video yang berkonsep hiphop, dengan demikian menunjukkan jati diri MyStylez Dance Studio itu bergenre hiphop. Kelebihan yang dimiliki para penari yaitu memiliki *attitude swag* sehingga bukan hanya menari namun memiliki *attitude* sehingga masyarakat tahu bahwa mystylez itu studio dance yang bergenre hiphop. Lalu keunggulan yang dapat dilihat dari video profile yang diunduh di media youtube, berawal dari seorang Ande Larion yang menanamkan tarian hiphop kepada anggotanya lalu terpikir untuk membuat video profile yang beda dari studio dance lainnya. Pembuatan video profile yang sangat matang dimulai dari pencarian konsep yang bersangkutan dengan hiphop seperti ketiga video profile yang telah diunduh sangat menarik minat masyarakat karena terdapat cerita yang menarik didalamnya.
- b. Wannabe Pro Dancer yang memiliki brand positioning melalui video-video yang diunduh di media youtube adalah video-video dengan berbagai jenis

tarian, karena Astie Yuliasuti selaku owner menjadikan studio dance ini sebagai studio dance industri dimana setiap anggota dituntut untuk bisa menari berbagai jenis tarian agar dapat memenuhi keinginan klien. Video-video profile yang diunduh di media youtube pun diambil dari cuplikan saat show diberbagai macam acara dengan tujuan agar klien dapat melihat keunggulan wannabe dalam menari berbagai genre tarian.

2. **Brand Identity dari MyStylez Dance Studio dan Wannabe Pro Dancer**

- a. Brand Identity dari MyStylez Dance Studio adalah dengan membuat persepsi dibenak masyarakat bahwa MyStylez dance studio adalah sebuah studio dance bergenre hiphop dengan latar belakang owner yaitu Andee Larion yang dulunya seorang bboy atau street dance lalu membuat studio bernama The Hunt Crew dan mengasah kemampuannya di United Dance Works Jakarta, sampai akhirnya membuat MyStylez Dance Studio pada tahun 2013. Karena pengetahuan tentang hiphop yang bertambah banyak, Andee selalu menanamkan tarian hiphop dengan *attitude* nya karena kalau hanya menari saja itu sudah biasa, namun menari dengan *attitude* itu langka.
- b. Brand identity dari Wannabe pro dancer berawal dari dahulu pada tahun 1984 Violeta Burki yang menggemari sosok Madona sehingga sering menirukan gaya nya membuat Violeta Burki membuat studio dance bernama Wannabe Dancer namun pada tahun 1995 diresmikan ulang oleh Astie Yuliasuti menjadi Wannabe Pro dancer dimana Astie ingin menjadikan setiap anggotanya seorang profesional yang bisa menari dalam genre apapun sehingga sampai saat ini para anggota wannabe berlatih untuk show setiap bulannya karena di wannabe menari dijadikan sebagai profesi.

3. **Brand Personality dari MysStylez Dance Studio dan Wannabe Pro Dancer**

- a. Brand Personality dari MysStylez Dance Studio adalah video yang diunduh di media youtube selalu bergenre hiphop, adapun *ladies style* dalam salah satu video profile tetap hiphop ladies dimana gerakan hiphop namun lebih ke gerakan wanita. Untuk menaikkan nama dan gengsi studio ini, Andee sering mengikuti beberapa perlombaan seperti The Dance Icon Indonesia yang tayang di SCTV dan mendapat juara 1 sehingga walaupun studio ini belum lama berdiri eksistensi didunia dance sudah cukup baik. Selain itu Mystylez juga sering mengadakan event-event perlombaan seperti lomba dance, battle dance, lpmba model, dll yang bertujuan agar masyarakat khususnya dikota Bandung lebih mengenal studio dance ini. Hal ini yang menjadi daya tarik dan karakteristik Mystylez dance studio sebagai suatu studio dance yang bergenre hiphop.
- b. Brand personality dari Wannabe pro dancer adalah video-video yang terdapat di media youtube berupa video-video saat show, beraneka ragam jenis tarian yang sering dibawakan oleh Wannabe pro dancer ini membuat para klien yang membutuhkan dancer lebih gampang karena Wannabe pro dancer memang menyediakan layanan jasa hiburan khususnya penari dengan genre tarian apapun sehingga bisa mengikuti kemauan klien. Astie Yuliasuti selaku owner selalu menerapkan bahwa menari sebagai profesi sehingga dalam setiap bulannya para anggota wannabe selalu show di berbagai macam acara dan mendapatkan gaji setiap bulanya. Astie jarang mengizinkan para anggota nya mengikuti lomba-lomba dance karena jika kalah dapat menurunkan eksistensi studio yang sudah lama berdiri ini sehingga setiap

latihan diadankan hanya berfokus untuk show di acara-acara tertentu, hal inilah yang mejadi daya tarik dan karakteristik wannabe pro dancer.

D. Kesimpulan

Dalam bab ini penulis menyimpulkan keseluruhan penelitian yang dilakukan bahwa terdapat 2 studio dance di bandung yaitu MyStylez Dance Studio dan Wannabe Pro Dancer. Walaupun keduanya studio dance tetapi memiliki cukup banyak perbedaan branding yang dapat dilihat dari tiga aspek yaitu *brand positioning*, *brand identity*, dan *brand personality*.

1. Brand Positioning dari MyStylez Dance Studio dan Wannabe Pro Dancer

- a.Brand Positioning dari MyStylez Dance Studio adalah MyStylez Dance Studioperkenalkan studio ini menggunakan media youtube, dengan mengunduh video profile atau video-video yang berkonsep hiphop, dengan demikian menunjukkan jati diri MyStylez Dance Studio itu bergenre hiphop. Kelebihan yang dimiliki para penari yaitu memiliki *attitude swag* sehingga bukan hanya menari namun memiliki *attitude* sehingga masyarakat tahu bahwa mystylez itu studio dance yang bergenre hiphop.
- b.Wannabe Pro Dancer yang memiliki brand positioning melalui video-video yang diunduh di media youtube adalah video-video dengan berbagai jenis tarian, karena Astie Yuliasuti selaku owner menjadikan studio dance ini sebagai studio dance industri dimana setiap anggota dituntut untuk bisa menari berbagai jenis tarian agar dapat memenuhi keinginan klien. Video-video profile yang diunduh di media youtube pun diambil dari cuplikan saat show diberbagai macam acara dengan tujuan agar klien dapat melihat keunggulan wannabe dalam menari berbagai genre tarian.

2. Brand Identity dari MyStylez Dance Studio dan Wannabe Pro Dancer

- a.Brand Identity dari MyStylez Dance Studio adalah dengan membuat persepsi dibenak masyarakat bahwa MyStylez dance studio adalah sebuah studio dance bergenre hiphop dengan latar belakang owner yaitu Andee Larion yang dulunya seorang bboy atau street dance lalu membuat studio bernama The Hunt Crew dan mengasah kemampuannya di United Dance Works Jakarta, sampai akhirnya membuat MyStylez Dance Studio pada tahun 2013. Karena pengetahuan tentang hiphop yang bertambah banyak, Andee selalu menanamkan tarian hiphop dengan *attitude* nya karena kalau hanya menari saja itu sudah biasa, namun menari dengan *attitude* itu langka.
- b.Brand identity dari Wannabe pro dancer berawal dari dahulu pada tahun 1984 Violeta Burki yang menggemari sosok Madona sehingga sering menirukan gaya nya membuat Violeta Burki membuat studio dance bernama Wannabe Dancer namun pada tahun 1995 diresmikan ulang oleh Astie Yuliasuti menjadi Wannabe Pro dancer dimana Astie ingin menjadikan setiap anggotanya seorang profesional yang bisa menari dalam genre apapun sehingga sampai saat ini para anggota wannabe berlatih untuk show setiap bulannya karena di wannabe menari dijadikan sebagai profesi.

3. Brand Personality dari MysStylez Dance Studio dan Wannabe Pro Dancer

- a.Brand Personality dari MysStylez Dance Studio adalah video yang diunduh di media youtube selalu bergenre hiphop, adapun *ladies style*. Andee sering mengikuti beberapa perlombaan seperti The Dance Icon Indonesia yang tayang di SCTV dan mendapat juara 1 Hal ini yang menjadi daya tarik dan

karakteristik Mystylez dance studio sebagai suatu studio dance yang bergenre hiphop.

- b.Brand personality dari Wannabe pro dancer adalah video-video yang terdapat di media youtube berupa video-video saat show, beraneka ragam jenis tarian yang sering dibawakan oleh Wannabe pro dancer. Astie Yuliasuti selaku owner selalu menerapkan bahwa menari sebagai profesi sehingga dalam setiap bulannya para anggota wannabe selalu show di berbagai macam acara dan mendapatkan gaji setiap bulanya. Astie jarang mengizinkan para anggota nya mengikuti lomba-lomba dance karena jika kalah dapat menurunkan eksistensi studio yang sudah lama berdiri ini sehingga setiap latihan diadadakan hanya berfokus untuk show di acara-acara tertentu, hal ini lah yang mejadi daya tarik dan karakteristik wannabe pro dancer.

Daftar Pustaka

- Aaker, David & Erich. 2002. *“Brand Leadership”*, New York. The Free Press
- Amstrong, dan Kotler. 2003. *“Dasar-Dasar Pemasaran”*, Jilid 1. Edisi Kesembilan. Jakarta. PT. Indeks Gramedia
- Azoulay, A & J-N Kepferer. 2004. *“Do Brand Personality Scale Really Measure Brand Personality”*. Fourthcoming Journal Of Brand Management
- Bulaeng, Andi. 2004. *“Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer”*. Yogyakarta: Andi
- Bungin, Burhan. 2008. *“Konstruksi Sosial Media Massa”*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendi, Onong Uchjana 2003. *“Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi”*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Gelder, S.V. 2005. *“Global Brand Strategy”*. London. Kogan Page
- Glueck, dan Jauch . 2000. *“Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan”*. Edisi Ketiga. Terjemahan Murad dan Henry. Jakarta. Erlangga
- Kapferer, J.N. 2008. *“The Strategic Brand Management”*. London. Kogan Page
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *“Manajemen Pemasaran”*, Jilid 1. Jakarta. Prenhallindo
- Mulyana, Deddy. 2006. *“Metodologi Penelitian Kualitatif”*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin, 2007. *“Metode Penelitian Komunikasi”*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Schlutz, D.E.,& Barnes, B.E. 1999. *“Strategic Brand Communication Campaigns”*. USA. NTC Busi-ness Book.
- Schlutz, D.E and Schlutz, H.F. 2004. *“IMC Next Generation Five Steps Delivering Value and Measuring Retuns Using Marketing Communication”*. Mac Graw-Hil.
- Susanto, A.B.,& Wijanarko, H. 2004. *“Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya”*. Jakarta. Quantum Bisnis dan Manajemen
- Stanton, William J. 2001. *“Prinsip Pemasaran Jilid I”*. Jakarta. Erlangga
- Vivian, John. 2008. *“Teori Komunikasi Massa”*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

LITERATUR LAIN

www.wikipedia.co.id

www.google.co.id

mystylezstudio.blogspot.com

<https://www.youtube.com/watch?v=n4JeayGm3k>

<https://www.youtube.com/user/WannabeProDancers>