

Konstruksi Image Reza Oktovian di Media Sosial

Jendry Johanis Sengkey, Fanny Lesmana, & Chory Angela Wijayanti

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

jendryjesesengkey@gmail.com

Abstrak

Reza Oktovian merupakan member dari Weird Genius, salah satu grup musik EDM yang berasal dari Indonesia, Reza dulu mengawali kariernya sebagai seorang Youtuber gaming. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana konstruksi *image* yang dibentuk oleh Reza Oktovian melalui media sosialnya, menggunakan metode *Star Studies* milik Richard Dyer. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa Reza Oktovian membangun *image*-nya dengan standar internasional, yang terhegemoni oleh budaya Barat dan Jepang. Hal ini terlihat dari cara bicara, gaya hidup, serta pilihan *fashion*-nya yang menunjukkan sikap konsumtif dan seorang Otaku. Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa Reza Oktovian berusaha melakukan *personal rebranding* sebagai seorang musisi EDM yang memiliki talenta dan potensi untuk berkembang di bidang musik.

Kata Kunci: *Star Studies, Star Image, Reza Oktovian*

Pendahuluan

Dulu bermain *game* hanya dianggap sebagai suatu kegiatan yang tidak ada manfaatnya (Kumparan.com, 2017), namun seiring dengan perkembangan zaman, saat ini *game* sudah semakin populer dan jauh melesat. Menurut Hari Santosa, selaku Deputy Infrastruktur Bekraf, *game* sekarang tidak hanya menjadi hiburan semata melainkan dapat menjadi alat edukasi, periklanan bahkan bisa membantu pengembangan ekonomi kreatif. Saat ini bahkan ada banyak profesi dari dunia *game* yang bermunculan seperti *streamer*, youtuber *gaming*, maupun atlet *e-sport*.

Di Indonesia sendiri, salah satu orang yang terkenal dan cukup berpengaruh bagi pertumbuhan industri *game* adalah Reza Oktovian. Reza yang mengawali kariernya di YouTube sejak tahun 2012 ini, dikenal sebagai seseorang yang cukup kontroversial di kalangan masyarakat Indonesia. Hal ini disebabkan karena pembawaannya yang nyeleneh, serta gaya bicaranya yang seringkali terdengar kasar dan mengumpat.

Pada bulan September 2018, Reza kembali menggemparkan warganet karena keputusannya untuk menutup *channel* YouTube miliknya. Namun hanya dalam kurun waktu sebulan, Reza kembali membuat *channel* YouTube baru dengan nama Rapyourbae. Di sana, ia juga mengunggah video pertamanya yang berjudul

“*Welcome Home*” yang memperlihatkan ia sedang membakar barang-barang miliknya.

Dalam salah satu wawancaranya bersama BukaTalks (2019), Reza mengungkapkan bahwa alasan ia “*comeback*” adalah karena ia ingin mengubah *image* buruknya yang melekat di masyarakat. Menurut Dyer (2004) bintang merupakan sebuah citra yang dikonstruksikan kepada seseorang, atau karakter kuat yang ditanamkan oleh media di tengah masyarakat. Dalam hal ini, Reza Oktovian sedang membuat konstruksi *image* yang ingin ia tanamkan di masyarakat.

Penelitian terdahulu dengan metode *star studies* milik Josselin Natasha (2019) dengan judul “*Star Studies terhadap Image Deddy Corbuzier*” juga meneliti bagaimana *image* Deddy Corbuzier sebagai seorang bintang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Deddy Corbuzier merupakan sosok yang pantas untuk dijadikan contoh orang sukses. Selain itu Deddy juga merupakan sosok yang selalu menuai kontroversi di mata masyarakat.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti bertujuan untuk melihat lebih lanjut tentang bagaimana *image* seorang Reza Oktovian melalui berbagai media sosial melalui metode *star studies*. *Star studies* merupakan analisis wacana yang mengeksplorasi bagaimana seorang bintang dikembangkan melalui berbagai sumber (Stokes, 2007).

Tinjauan Pustaka

Star Studies

Menurut Stokes (2007, p.103), *star studies* merupakan bentuk analisis yang menggunakan berbagai sumber data dan metode untuk menganalisis fenomena dari seorang bintang. Bintang adalah orang yang tergabung dalam sebuah film. Tetapi tidak semua orang yang mahir dan pandai dalam bidang musik memiliki label, hanya beberapa orang saja yang diberi label sebagai seorang bintang. Namun untuk membangun citra (*image*) seorang bintang, terdapat keseluruhan pernak-pernik literatur dan publisitas yang didedikasikan untuk citra dari seorang bintang.

Star Image

Menurut Dyer, *image* seorang bintang dapat ditemukan di berbagai teks dalam media karena seorang bintang memiliki banyak keunggulan karakter novelistik. *Star image* terdiri dari segudang artikel, foto, video, wawancara, serta film, yang menampilkan seorang bintang. Dyer menjelaskan dari gambar atau foto seorang bintang, tidak dapat mengerti tanda visual yang eksklusif. Tetapi dari gambar atau foto seorang bintang dapat dibentuk atau disusun secara kompleks melalui tanda-tanda visual, verbal dan non-verbal dari foto atau gambar tersebut (dalam McDonald, 2000, p.6).

Media Sosial

Media sosial adalah media *online* yang memungkinkan orang untuk mengekspresikan diri, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi, dan mengembangkan ikatan sosial *virtual* dengan pengguna lain (Nasrullah, 2012).

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah *star image* dan media sosial. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode *star studies* milik Richard Dyer. Menurut Dyer (2004) ada 3 atribut yang dapat digunakan untuk menciptakan dan mengontrol sebuah *image* seseorang, yaitu: Visual, Verbal dan Non-verbal.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Reza Oktovian dalam video YouTube, wawancara di media sosial dan pemberitaan tentang kehidupan Reza Oktovian di media *online*. Beberapa diantaranya adalah, video kembalinya Reza Oktovian ke Youtube yang berjudul Welcome Home (2018), wawancara Reza bersama Froyonion (2019), wawancara Reza di YouTube BukaLapak (2019), serta beberapa postingan foto dan video yang ia unggah di Instagram miliknya. Sedangkan objek penelitian dalam penelitian ini adalah *image* Reza Oktovian.

Analisis Data

Dalam menganalisis konstruksi *image* Reza Oktovian di media sosial, peneliti akan mengkaji semua data yang diperoleh, mendefinisikan objek dan subjek penelitian, mengumpulkan teks media, mereduksi data yang relevan dengan penelitian, mengevaluasi data terkait *image* yang dikonstruksikan dengan membuat matriks, menarik hasil dan menginterpretasikan data, untuk kemudian ditarik kesimpulan tentang bagaimana konstruksi *image* Reza Oktovian di media sosial.

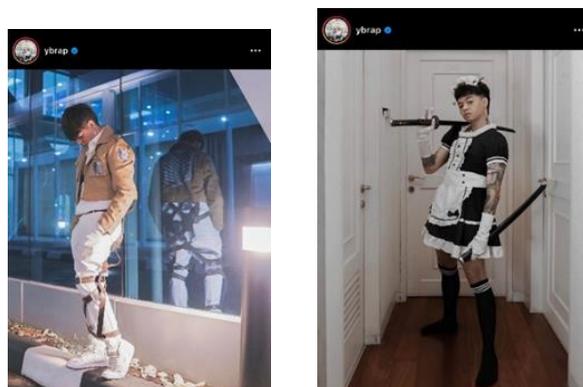
Temuan Data

Visual



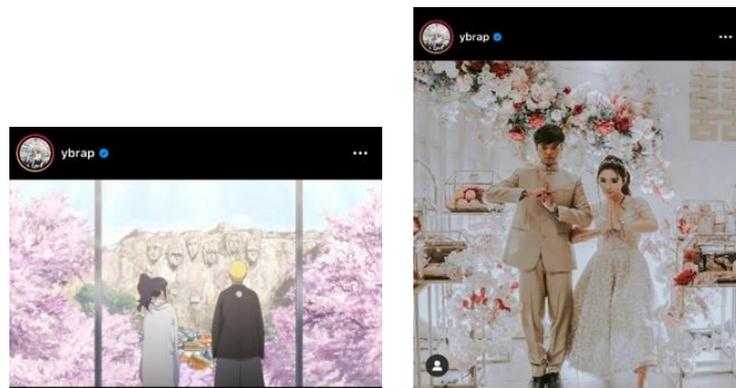
Gambar 1.1 Gaya hidup *Hypebeast*
Sumber: www.instagram.com/ybrap (2019)

Melalui unggahan Reza Oktovian di Instagram miliknya, peneliti menemukan bahwa kerap kali Reza memamerkan busananya mulai dari baju berukuran besar, sepatu *branded*, serta aksesoris yang mahal. Seperti yang terlihat pada gambar di atas, terlihat Reza sedang memakai *sneakers* Air Jordan hasil kerjasama dengan *brand* Christian Dior dengan kisaran harga Rp. 90-200 juta. Selain itu terlihat juga Reza memamerkan tas Dior Book Tote miliknya dengan kisaran harga Rp. 35 juta. Di postingan Instagram lainnya Reza juga terlihat sering mengenakan brand-brand ternama lainnya seperti Nike, dan Valentino. Hal ini menunjukkan bahwa Reza adalah seseorang yang bergaya hidup *hypebeast*. *Hypebeast* merupakan seseorang yang mendapat kepuasan tersendiri saat menggunakan *brand* ternama yang memiliki harga tinggi, walaupun ukurannya belum tentu cocok di badan (ussfeed.com, 2020).



Gambar 1.2 Reza Arap menggunakan *Cosplay*
Sumber: www.instagram.com/ybrap (2020)

Selain sering terlihat mengenakan pakaian dari *brand-brand* terkenal, Reza juga beberapa kali mengunggah foto dirinya di Instagram sedang mengenakan *cosplay*. Seperti yang terlihat pada gambar di atas, Reza sedang mengenakan *cosplay* dari salah satu anime Jepang berjudul “*Attack on Titan*” dan mengenakan *cosplay maid* lengkap dengan aksesoris pedang. *Cosplay* sendiri merupakan absreviasi dari kata *costume* dan *play*, yang berarti *costume play* atau bermain kostum. *Cosplay* merupakan budaya populer Jepang yang mulai digandrungi oleh kalangan penggemar kejepangan (Animonster, 2008). Menurut studi fenomenologis Antar Venus & Lucky Helmi (2017) *cosplay* merupakan suatu bentuk kebebasan berekspresi, keberanian untuk berinovasi, serta menerima perbedaan. Dalam hal ini, Reza menggunakan *cosplay* untuk memproyeksikan *image* seorang bintang yang mendukung keragaman serta kebebasan berekspresi dan keberanian.



Gambar 1.3 Reza sebagai pecinta Anime
Sumber: www.instagram.com/ybrap (2021)

Selain sering menggunakan *cosplay*, kecintaan Reza terhadap budaya populer Jepang juga terlihat melalui postingannya yang selalu berbaur anime. Bahkan saat lamarannya dengan Wendy Walters, Reza mengunggah gambar Naruto dan Hinata sebagai simbol yang menggambarkan ia dan pasangannya. Selain itu, Reza juga mengunggah fotonya bersama Wendy yang sedang berpose dengan gaya khas anime Naruto.



Gambar 1.4 Reza dengan *piercing*
Sumber: www.instagram.com/ybrap (2020)

Selanjutnya peneliti juga menemukan bahwa Reza seringkali menggunakan anting (*piercing*) pada telinga kirinya melalui beberapa unggahannya di Instagram.

Piercing itu sendiri secara umum adalah penyematan benda pada bagian tubuh seseorang, yang dapat bersifat permanen maupun semi permanen (Habilly Khatulistiwa, 2015). Dengan *piercing*, Reza ingin menunjukkan bagaimana dia mengeskpresikan dirinya dan menjadi diri sendiri. Selain itu Reza juga ingin menunjukkan bahwa tidak hanya perempuan saja yang bisa menggunakan *piercing*, kaum laki-laki juga bisa menggunakan *piercing*.

Verbal

Dalam komunikasi, verbal adalah bahasa yang digambarkan sebagai rangkaian kata yang terstruktur dan bermakna. Bahasa membantu dalam mengkomunikasikan pikiran seseorang kepada orang lain (Cangara, 2009, p.99-100). Pada temuan data verbal, peneliti menemukan bahwa Reza Oktovian sering memadukan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris hampir di setiap wawancaranya di YouTube.

Misalnya saja saat wawancara Reza di YouTube bersama Froyonion (2019). Saat ditanya perihal menjadi musisi, Reza menjawab dalam bahasa Inggris:

“*Trying so hard to be a musician* belum berani,” ujar Reza.

Atau saat ia diwawancarai dalam acara BukaTalks di *channel* YouTube BukaLapak (2019):

“*This is* gua susah banget *man* kalau gini *i can't control my mouth*. Karena itu gua banyak musuh *man*”.

Percampuran bahasa, menurut Devine Rahmawati sebagai pemerhati sosial budaya dari Universitas Indonesia, merupakan simbol hierarkis yang menunjukkan status sosial, pendidikan, dan martabat (cnnindonesia.com, 2018). Dalam hal ini, Reza menggunakan bahasa campur sebagai tanda untuk mengekspresikan dirinya.

Dilihat dari kebiasaan Reza yang sering menggunakan bahasa Inggris dan bahasa Indonesia saat berbicara, bisa dikatakan bahwa ia merupakan seorang *Xenoglossy*. *Xenoglossy* adalah campur kode yang menunjukkan kebanggaan berlebih menggunakan istilah asing (bahasa Inggris), untuk menunjukkan kesan gaul, bergaya, atau lebih modern di hadapan lawan bicaranya, secara lisan dan tulisan (Benny Arnas, 2019). Biasanya pengguna *xenoglossy* terjadi karena ada faktor jarak kekuasaan atau dalam istilah komunikasi dikenal dengan *power distance*.

Di Indonesia sendiri, kebanyakan masyarakat menganggap bahwa bahasa Inggris merupakan bahasa yang lebih tinggi, mereka juga menganggap bahwa seseorang yang menggunakan bahasa Inggris adalah seseorang yang berpendidikan tinggi, serta memiliki kekayaan dan kehormatan yang lebih besar (cnnindonesia.com, 2018). Dalam hal ini, Reza menggunakan bahasa Inggris untuk menggambarkan *image* dirinya sebagai seorang yang memiliki status sosial yang tinggi dan patut dihormati.

Selain itu, temuan data verbal lainnya juga menunjukkan bahwa Reza adalah seseorang yang memiliki *self-esteem* tinggi. Menurut Coopersmith (1967) *self-esteem* sendiri adalah penilaian individu terhadap dirinya sendiri, yang menunjukkan sikap setuju atau tidak setuju dan menunjukkan tingkat di mana individu merasa dirinya mampu, signifikan, sukses, dan layak. Berikut beberapa contoh kata-kata Reza yang menggambarkan bahwa ia memiliki *self-esteem* yang tinggi:

Saat wawancaranya dengan BukaLapak (2019):

“Ya *passion* gua di *e-sports* karena gua dulu juga *pro player* dan gua mau membesarkan *e-sports scene* lagi. Dan gua ada *chance* sekarang, *which is* gua punya duit dan gua bikin tim *e-sports scene* lebih besar lagi, lebih besar lagi, lebih besar lagi, lebih besar lagi supaya gua bisa dapat uang lebih besar lagi gitu maksudnya. Terimakasih banyak teman-teman.”

Serta saat wawancaranya bersama Froyonion (2019):

“*Fame. I dont know i feel like i born for it.* Dari kecil gua merasa begitu. Kalau di bilang gua tidak tau menau soal gua bakal segede ini dari YouTube tu enggak. Gua tau gua bakal gede. Gua tau apa yang gua lakukan, gua tau arahnya kemana, gua tau apa yang akan terjadi.”

“Gua bisa *control crowd*, gua bisa melakukan apa aja yang gua mau di *stage* dan gua sangat percaya diri, gue percaya diri banget. Karena orang yang bikin musik belum tentu bisa melakukan itu di *stage*.”

Dari situ peneliti melihat bahwa Reza menggambarkan dirinya sebagai sosok yang percaya diri dengan kemampuan yang dia miliki. Reza juga ingin menunjukkan bahwa dirinya bisa dan mampu berhasil tidak hanya dalam dunia YouTube melainkan juga dalam dunia musik.

Temuan data verbal selanjutnya, peneliti melihat bahwa Reza sedang melakukan *personal rebranding*. Hal ini terlihat saat wawancara bersama BukaLapak, Reza mengatakan bahwa:

“Gini loh konten-konten gue yang lama di *channel* memang ya menarik untuk banyak orang karena *swearing* dan sebagainya. Tapi kalau gue tidak melakukan itu *image* gue akan selamanya disitu. *Which is* gue mau rubah sedikit gitu. Kurang lebih *rebranding*-nya gak pake otak gitu aja si.”

Reza juga mengatakan ia merasa lelah dengan rutinitasnya sebagai seorang Youtuber *gaming*:

“Gua capek untuk teriak-teriak terus di depan *monitor* gituloh kayak, capek gitu *continuity* itu lagi, itu lagi, itu lagi gituloh”.

Perubahan citra yang Reza ingin lakukan juga terlihat melalui videonya yang berjudul “Welcome Home”.



Gambar 1.5 Video “Welcome Home”
Sumber: www.youtube.com/ybrap (2018)

Video tersebut menggambarkan bagaimana Reza meninggalkan *image*-nya yang dulu sebagai Youtuber *gaming*, dalam video tersebut Reza terlihat membakar komputer, meja, dan kursi *gaming*-nya. Reza juga membakar *silver play button* dan *gold play button* miliknya. Pada akhir video Reza juga mengatakan “Give me a new one” yang dalam bahasa Indonesia berarti, “Beri aku sesuatu yang baru”. Dari hal ini bisa terlihat bahwa Reza ingin melakukan sesuatu hal baru yang berbeda dari *image* dia sebelumnya. Peneliti melihat bahwa Reza melakukan *personal rebranding* sebagai proses untuk memperbaiki dan meningkatkan citra dirinya dan menciptakan identitas baru. Menurut Munir (2017) *personal rebranding* biasanya dilakukan agar citra dari suatu orang dapat berubah menjadi lebih baik.

Non-Verbal

Menurut Deddy Mulyana (2011) komunikasi non-verbal adalah metode berkomunikasi tanpa menggunakan kata-kata. Ekspresi wajah dan kontak mata, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosional, dan gaya berbicara, merupakan contoh komunikasi nonverbal.



Gambar 1.6 Ekspresi bahagia Reza
Sumber: www.youtube.com (2019)

Saat tampil di berbagai media, Reza sering menunjukkan ekspresi wajah bahagia. Reza bisa menyesuaikan dan menempatkan dirinya di mana ia perlu tertawa dan bercanda, serta di mana ia harus serius.



Gambar 1.7 Ekspresi serius Reza
Sumber: www.youtube.com (2019)

Sebaliknya, Reza akan bereaksi dengan ekspresi yang serius, seperti tidak tersenyum, seolah-olah sedang berpikir dan menatap lurus ke orang yang menanyainya, ketika ditanya pertanyaan penting tentang kariernya dan jalan hidupnya. Seperti yang terlihat pada gambar di atas, bahwa Reza dan pewawancara memiliki hubungan yang melibatkan kontak mata. Dengan demikian Reza menunjukkan bahwa ia mampu menempatkan diri dan tahu kapan harus serius dan kapan harus tertawa. Menurut Mark Kanpp (dalam Cangara, 2009), salah satu peran mata adalah sebagai sinyal untuk menyalurkan hubungan, dimana kontak mata meningkatkan frekuensi bagi orang yang saling membutuhkan.



Gambar 1.8 Gerakkan tangan Reza
Sumber: www.youtube.com (2019)

Pada gambar di atas terlihat bahwa Reza sering menggerakkan tangannya saat berbicara. Menurut David McNeil, *gesture* sangat terkait dengan bahasa (2014), jadi gerakan-gerakan ini secara visual mengomunikasikan apa yang ada dalam pikiran seseorang. Dilansir dari genpi.co (2019), *gesture* yang digunakan saat berkomunikasi dengan seseorang akan memperkuat apa yang sedang dibicarakan. Di sini Reza menunjukkan bagaimana dia menjelaskan sesuatu dengan gerakan tangan. Ketika Reza diajak bicara, dia juga menunjukkan bahwa dia adalah pribadi yang ramah dan energik.

Analisis dan Interpretasi

Berdasarkan hasil dari temuan data, melalui data verbal visual dan non-verbal yang ditampilkan Reza melalui sosial mediana, peneliti melihat bahwa *image* Reza ini terhegemoni oleh budaya populer Barat dan Jepang. Reza juga terlihat sangat tertarik dan menyukai 2 budaya tersebut. Oleh karena itu ia mengikuti perilaku budaya barat seperti mengenakan pakaian mewah, dan *sneakers* dari *brand-brand*

ternama, juga memakai tindik (*piercing*). Selain itu ia juga mengikuti budaya populer dan kebiasaan orang Jepang yang menyukai *anime* dan *cosplay*.

Peneliti juga melihat bahwa *fashion* yang Reza Oktovian tunjukkan digunakan sebagai nilai jual dirinya di media sosial. *Fashion* Reza dapat dilihat sebagai bentuk ekspresi dirinya. Reza mempersepsikan busana atau *fashion* sebagai bentuk ekspresi atau simbol sebagai seorang bintang yang boleh memakai apa saja yang diinginkannya. Menurut Willis (1990), orang-orang belajar tentang diri mereka sebagian dengan mengembangkan *image* luar mereka melalui pakaian. Mereka menggunakan gaya dalam karya simbolis untuk mengekspresikan dan mengembangkan pemahaman mereka tentang diri mereka sendiri sebagai seorang yang unik, untuk menunjukkan siapa mereka. Seperti halnya Reza menggunakan anting-anting (*piercing*) untuk menunjukkan bahwa itu tidak hanya bisa dipakai oleh wanita tetapi juga bisa dipakai oleh pria. Peneliti melihat bahwa Reza ingin mendobrak pandangan lama mengenai maskulinitas melalui *image* yang ditampilkannya.

Selanjutnya peneliti juga melihat bahwa ketika Reza berbicara dan berbahasa menggunakan bahasa yang dicampur antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, ia ingin menunjukkan kesan gaul, dan lebih modern di hadapan lawan bicaranya, baik secara lisan maupun tulisan. Orang yang suka mencampur bahasa saat berbicara dapat disebut juga sebagai *xenoglossy*, biasanya seorang *xenoglossy* terjadi karena ada faktor jarak kekuasaan atau *power distance*. Di sini, peneliti melihat bahwa Reza juga berusaha menggambarkan dirinya sebagai seseorang yang memiliki kekuasaan, kekayaan dan status sosial yang lebih tinggi.

Peneliti juga melihat bahwa Reza merupakan seseorang yang memiliki *self-esteem* tinggi. Saat diwawancarai di *channel* YouTube Froyonion dan Bukalapak, Reza melontarkan berbagai komentar soal kemampuan bermusiknya. Reza ingin menunjukkan bahwa dia bisa dan akan berhasil tidak hanya di bidang YouTube *gaming* tetapi juga sebagai musisi dalam situasi ini. Hal ini terlihat jelas saat ia ternyata berhasil melakukan *personal rebranding* dengan *image* lamanya. Reza berhasil membuat *image* nya dikenal sebagai musisi EDM yang berhasil. Hal ini dibuktikan melalui 3 penghargaan yang ia dapatkan sekaligus bersama Weird Genius dalam Anugerah Musik Indonesia (AMI) *Awards* tahun 2020. Hal ini juga dapat dilihat sebagai bukti bahwa Reza benar-benar memiliki *self-esteem* tinggi, di mana apapun yang ia inginkan bisa terjadi.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada beberapa *image* yang dikonstruksikan oleh Reza Oktovian melalui media sosial. Yang pertama, Reza sebagai seorang musisi EDM (Electronic Dance Music) Indonesia, yang sedang membangun citranya dengan standar internasional. Melalui cara bicara, pilihan busana, dan gaya hidupnya Reza merupakan seseorang yang konsumtif, ia juga merupakan seorang otaku dilihat dari kecintaannya terhadap

budaya Jepang. Reza juga merupakan kelompok sub-ordinat yang terhegemoni oleh budaya populer yang didominasi oleh budaya Barat dan Jepang.

Selain itu Reza juga merupakan seorang *xenoglossy*, yaitu seseorang yang menunjukkan kebanggaan berlebih menggunakan istilah asing (bahasa Inggris) untuk menunjukkan kesan gaul, bergaya, atau lebih modern di hadapan lawan bicaranya. Melalui verbal, Reza Oktovian juga menunjukkan *image* seseorang dengan *self-esteem* yang tinggi. Reza ingin membuktikan bahwa ia bisa dan akan berprestasi tidak hanya sebagai YouTuber *gaming*, tetapi juga sebagai musisi, khususnya di *genre* EDM. Dalam hal ini, peneliti melihat bahwa Reza Oktovian ingin melakukan *personal rebranding* dengan mendapatkan *image* baru dari masyarakat atas apa yang dilakukannya, ia juga tidak ingin dicap sebagai YouTuber *gaming*. Reza Oktovian membangun citranya sebagai bintang Indonesia yang ingin dianggap sebagai bintang dengan kemampuan dan kapasitas untuk sukses di industri musik, khususnya musik EDM.

Daftar Referensi

- Arnas, B. (2019). Xenoglossy dan Sastra. Prosiding Seminar Nasional Bulan Bahasa (Semiba), 5–13.
- Dyer, R., & McDonald, P. (1998). *Star. New ed.* London: British Film Institute.
- Hal 2: Gerakan Tangan Aktif Saat Berbicara, Kamu Tipe Orang Seperti Ini. (n.d.). Retrieved November 29, 2021, from <https://www.genpi.co/gaya-hidup/26838/gerakan-tangan-aktif-saat-berbicara-kamutipe-orang-seperti-ini?page=2>
- McNeill, D. (2013). *Gesture and Thought*. *Gesture and Thought*, January. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226514642.001.0001>
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Natasha, Josselin. (2019). *Star Studies terhadap Image Deddy Corbuzier*. (TA No. 20011511/KOM/2019). Published undergraduate thesis, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Parikesit, A. G. (2018). Fenomena Campur Aduk “Bahasa Anak Jaksel.” CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180919154522-282-331461/fenomena-campur-aduk-bahasa-anak-jaksel>
- Stokes, J. (2006). *How to do media and cultural studies: Panduan untuk Melaksanakan penelitian dalam kajian media dan budaya*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- 5 Fakta Kembalinya Channel Youtube Reza Arap | *kumparan.com*. (n.d.). Retrieved November 29, 2021, from <https://kumparan.com/berita-artis/5-fakta-kembalinya-channel-youtube-reza-arap-1537344280730582410>