

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait “*Personal Branding* Erika Richardo sebagai Pelukis melalui Media Sosial TikTok”, dapat disimpulkan bahwa dalam membangun atau merancang *personal brand* yang kuat, perlu memperhatikan beberapa hal. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga karakteristik dalam merancang *personal brand* yang kuat menurut McNally dan Speak (2009) dari bukunya yang berjudul *Be Your Own Brand* sebagai acuan dalam menganalisis *personal branding* yang ditampilkan oleh Erika Richardo selaku objek dalam penelitian ini.

- A. Ciri Khas: peneliti telah menarik kesimpulan berdasarkan ciri khas yang dimiliki oleh Erika Richardo, yaitu kemampuannya menggunakan media-media *anti-mainstream* dalam melukis, dibuktikan melalui konten-kontennya yang terdapat dalam *playlist* “LUKIS DI...”. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa Erika Richardo merupakan pelukis kreatif yang mampu menunjukkan ciri khasnya sebagai seorang pelukis melalui konten melukis yang diunggah pada akun TikTok miliknya.
- B. Erika Richardo juga telah menunjukkan bahwa konten-kontennya yang diunggahnya cukup relevan atau sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau diminati oleh para audiensnya, dimana Erika seringkali memanfaatkan fitur TikTok, yakni membalas komentar dengan menggunakan video. Hal tersebut Erika lakukan guna mengikuti permintaan-permintaan yang diajukan oleh para audiensnya melalui kolom komentar di akun TikTok miliknya.
- C. Erika juga sudah cukup konsisten dalam mengunggah konten melalui akun Tiktoknya, dimana ia memiliki *timeline posting*, yakni sebanyak satu sampai tiga konten ia unggah di setiap harinya, selain itu juga Erika selalu mengakhiri video nya dengan berkata “kapan-kapan lagi” dalam setiap unggahannya di media sosial TikTok.

Berdasarkan hasil analisis yang telah peneliti lakukan dan peneliti jelaskan, Erika Richardo telah berhasil memenuhi ketiga karakteristik *personal branding* yang kuat menurut McNally dan Speak (2009), dimana dari ketiga karakteristik tersebut, ciri khas Erika Richardo lah yang paling menonjol dan membuat Erika semakin dikenal dan melekat dibenak followers nya, yakni sebagai “Erika Pelukis *Anti-Mainstream*”.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan juga bahwa Erika telah berhasil dalam menciptakan identitas digital nya yakni sebagai “Erika pelukis *anti-mainstream*” yang dimana ini juga merupakan *personal branding* yang ia bangun melalui akun media sosial TikToknya. Selain memiliki identitas digital atau dikenal sebagai “Erika pelukis *anti-mainstream*”, Erika juga telah berhasil menciptakan *personal branding* yang positif, edukatif dan *relatable* sebagai melalui media sosial TikTok. Membangun atau merancang *personal brand* yang kuat di media sosial dapat memberikan manfaat bagi orang lain, dan juga dengan terbentuknya *personal brand* dalam diri seseorang, tentu akan mendapat rasa kepercayaan atas suatu hal atau kemampuan yang dimiliki, ketika telah mendapatkan rasa kepercayaan atas kemampuan yang dimiliki dari masyarakat luas tentu juga akan membentuk *image* yang baik dan positif dimata publik.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan terkait *personal branding* khusus nya bagi seorang pelukis melalui konten-konten di media sosial TikTok, peneliti memiliki saran yang mungkin dapat menjadi masukan bagi Erika Richardo, pembaca dan juga peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis, dalam memperkuat *personal branding* melalui media sosial, dapat dilakukan dengan:

- A. Menunjukkan ciri khas yang dimiliki, dimana ini bisa menjadi pembeda atau kekhasan dari orang lain, perbedaan tersebut dapat dimiliki dari kemampuan atau kebiasaan yang dilakukan oleh seseorang melalui ide-ide serta nilai-nilai yang tertanam dalam diri seseorang.
- B. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam memperkuat *personal branding* melalui media sosial ialah dengan membangun interaksi bersama audiens,

hal ini termasuk ke dalam relevan atau kesesuaian, yang dimana interaksi dengan audiens itu sangat penting dilakukan, karena melakukan interaksi dengan audiens, tentu dapat membantu seseorang untuk dapat menyesuaikan apa yang audiens inginkan dan butuhkan, sehingga orang tersebut dapat mendapatkan lebih banyak peminat dalam setiap *postingan* yang diunggah nya melalui sosial media.

- C. Selain memiliki ciri khas dan relevan dengan apa yang dibutuhkan oleh orang lain atau khalayak, konsisten dalam meng-*upload* konten juga merupakan bagian penting dalam memperkuat *personal branding* di media sosial, dimana dalam menjalankan *personal brand* yang dirancang harus dilakukan secara terus-menerus sehingga audiens atau khalayak dapat mengidentifikasi *personal brand* tersebut dengan mudah dan jelas, dan tentu ketika sudah konsisten dalam memperkuat *personal brand*, maka ciri khas dan relevan atau kesesuaian yang sudah dimiliki akan semakin kuat dan mendapatkan tanggapan yang positif dari khalayak luas.
- D. Peneliti dapat memberikan rekomendasi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *personal branding* melalui media sosial, untuk memperkaya hasil penelitian, besar harapan penelitian agar peneliti selanjutnya dapat menggunakan akun sosial media Erika yang lain, seperti Instagram, dan dapat mendalami faktor-faktor lain untuk dapat memperkuat data penelitian, seperti penggunaan fitur dan *engagement* berupa *like*, *comment*, serta interaksi yang dilakukan Erika kepada penggemarnya melalui *instastory* dan *live* di akun Instagram nya.