

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan mengenai *personal brand* Raffi Ahmad di YouTube RANS Entertainment telah memenuhi delapan konsep utama dalam membangun *personal branding* yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan hingga nama baik. Hal tersebut dapat dilihat dan disimpulkan melalui video-video yang diunggah di YouTube RANS Entertainment dan komentar-komentar dari para *subscribers* dan penonton YouTube RANS Entertainment.

*Personal branding* Raffi Ahmad menunjukkan dirinya sebagai sosok pekerja keras karena menjalani kehidupan yang dipenuhi dengan berbagai kegiatan setiap harinya, mulai dari selebriti, pemimpin perusahaan dan *Youtuber*. Terlebih lagi, di antara kesibukannya Raffi Ahmad selalu memberikan waktu yang berkualitas untuk keluarganya. Sosoknya yang pekerja keras sekaligus dermawan menginspirasi para penonton dan *subscribers* YouTube RANS Entertainment.

Selain itu, perubahan signifikan yang dapat terlihat dari *personal branding* Raffi Ahmad adalah dirinya sebelum ada YouTube RANS Entertainment adalah seorang *playboy*. Namun, melalui konten-konten yang diunggah di YouTube RANS Entertainment Raffi Ahmad menjadi sosok yang bisa disebut sebagai *family man*. *Personal branding* yang terbentuk adalah Raffi Ahmad seorang yang setia kepada istrinya.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, maka peneliti memiliki saran praktis dan saran akademis yang diharapkan dapat bermanfaat bagi YouTube RANS Entertainment maupun bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran Praktis

Adapun saran untuk YouTube RANS Entertainment adalah agar tetap menjaga konsistensi dalam pengunggahan video konten di saluran YouTube mereka. Kemudian, agar dapat merespon beberapa komentar para penonton atau *subscribers*-nya agar mereka merasa terhubung dan dekat secara tidak langsung.

### 5.2.2 Saran Akademis

Peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat mengkaji lebih banyak sumber ataupun referensi yang berhubungan dengan *personal branding* melalui YouTube agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih lengkap dan lebih baik lagi.

Kemudian, peneliti selanjutnya diharapkan untuk menunjang penelitiannya dengan melaksanakan wawancara dengan sumber yang kompeten, kredibel dan relevan dengan penelitian yang dilakukan.

