BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang "*Personal Branding* Melalui Konten *Review* Produk *Skincare* pada Akun TikTok @dr.okypratamaa_kedua", maka dapat disimpulkan bahwa Dr. Oky Pratama membangun *personal branding*nya secara kuat dan konsisten melalui pendekatan edukatif. Melalui gaya penyampaian yang santai namun tetap informatif, dr. Oky mampu menarik perhatian audies melalui konten *review* produk *skincare.* Konten yang disajikan berdasarkan data, seperti uji laboratorium, yang memperkuat citra dirinya sebagai dokter estetika yang profesional, jujur, dan peduli terhadap keselamatan masyarakat. Dengan menganalisis 12 konten dalam periode Oktober-Desember, ditemukan bahwa terdapat delapan unsur *personal branding* menurut Peter Montoya telah diterapkan secara relevan, mulai dari dpesialisasi hingga nama baik. Dr. Oky tidak hanya dikenal sebagai dokter estetika, tetapi juga sebagai sosok yang aktif memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai keamanan produk *skincare.* Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, bisa menjadi tempat yang efektif untuk membangun citra diri yang baik sekaligus memberikan pengetahuan yang bermanfaat kepada masyarakat agar lebih hati-hati dalam memilih produk kecantikan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disampaikan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Disarankan untuk dokter estetika untuk membangun *personal branding* secara konsisten di media sosial dengan menyampaikan informasi secara jujur, edukatif, dan sesuai dengan keahlian, seperti yang dilakukan oleh Dr.Oky Pratama. Hal tersebut dapat meningkatkan kepercayan publik dan menjadi sarana dalam menyampaikan informasi yang bermanfaat.

Personal Branding.., Adilah Agustin, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk membandingkan strategi *personal branding* dengan dokter estetika lainnya, ataupun antara *platform* media sosial yang berbeda. Respon audiens terhadap *personal branding* yang dibangun juga dapat dijadikan topik untuk penelitian selanjutnya.
3. Disarankan untuk masyarakat agar lebih teliti dan waspada dalam memilih produk *skincare.* Masyarakat diharapkan untuk tidak termakan oleh *trend* dan iklan, perhatikan juga bahwa produk tersebut sudah memiliki izin bpom dan kandungan produk yang aman. Konten yang disampaikan oleh dr. Oky Pratama dapat dijadikan sebagai referensi untuk memilih produk yang aman.