



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada fakta dan data yang peneliti temukan dalam proses penelitian yang kemudian diolah dalam pembahasan, kini peneliti dapat mengambil kesimpulan. Pada proses *personal brand*, Hans mampu memahami perannya sebagai *FTL blogger*, makna dibalik aktivitasnya sebagai *FTL blogger*, minat yang ia ingin bagikan, mendefinisikan diri, kemampuan diri, membedakan, mengembangkan diri serta blog *eatandtreats* dan tumbuh *passion* dalam *food blogging*. Melalui proses tersebut menjadi fondasi *personal brand* dirinya sebagai *FTL blogger* yang kredibel. Hal tersebut karena Hans mendapat pemahaman akan dirinya yang penuh integritas dan menjunjung nilai kejujuran, dimana kejujuran tersebut terletak pada konten ulasan yang ia tuliskan dalam blog *eatandtreats*, meliputi gaya otentiknya dalam menulis, memotret dan memberi pendapat yang jujur dalam ulasannya.

Dalam proses membangun *personal brand* dirinya menjadi *FTL blogger* yang kredibel, tiga *key values* yakni *substance*, *conviction* dan *style* merupakan paling dominan. Hal tersebut karena melalui kemampuan, integritas dan gaya otentik yang dikemas oleh Hans dalam konten blog *eatandtreats* mampu mengkomunikasikan konsep dirinya. Melalui hasil foto yang berkualitas, hasil ulasan yang jujur dan gaya otentik dalam tulisan mampu mengkomunikasikan dirinya sebagai *FTL blogger* yang

kredibel karena mengandung karakteristik kredibilitas yakni kompetensi, kejujuran dan menjadi diri sendiri. Selain *key values* tersebut, liputan media dan *social proof* juga berperan dalam membangun *personal brand* Hans.

Pada strategi komunikasi dalam mengkomunikasikan konsep dirinya, kekuatan Hans terletak pada *message* yang ia berikan yakni konten dalam blog serta media sosial pendukung eatandtreats. Melalui isi konten yang meliputi penulisan dan hasil foto, Hans mampu mengkomunikasikan konsep dirinya yang diakui oleh media massa dan juga pembacanya.

## **5.2 Saran**

Adapun beberapa saran akademis dan praktis yang peneliti dapat sampaikan berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut.

### **5.2.1 Saran Akademis**

Pada saran akademis, peneliti menyarankan akan dilakukan lebih banyak lagi penelitian mengenai *personal branding* yang terus mengalami perkembangan dengan subjek penelitian yang unik.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Sementara pada saran praktis, peneliti menyarankan beberapa saran agar Hans dapat mengembangkan diri dengan lebih baik lagi yakni sebagai berikut:

1. Sebagai *food blogger* yang menjunjung tinggi nilai kejujuran, Hans dapat menuliskan prinsip atau *values* yang ia pegang dalam About di blog

eatandtreats. Lalu dalam *post* nya, Hans dapat menuliskan mana yang ia mendapat bayaran dan mana yang tidak. Sehingga ada transparansi antara Hans dan pembaca.

2. Hans yang telah menjalani aktivitas blog nya secara profesional perlu mempertimbangkan alamat domain sendiri untuk eatandtreats. Seperti menjadikannya [www.eatandtreats.com](http://www.eatandtreats.com) atau [www.eatandtreats.co.id](http://www.eatandtreats.co.id), sehingga dapat terlihat lebih serius dan profesional jika menjadi sebuah *website*.

3. Hans perlu memperhatikan tampilan blog eatandtreats versi *mobile* karena banyaknya orang Indonesia yang kini membuka situs melalui *mobile*. Sehingga alangkah baiknya, blog eatandtreats dapat dinikmati juga dalam versi *mobile*.

4. Hans dapat menerapkan *guest blogging* dengan mengundang *food blogger* lain untuk dapat mengisi konten dalam blog eatandtreats. Selain membantu *food blogger* tersebut, Hans juga mendapat konten tambahan dalam blog nya. *Guest blogging* bersifat sosial dan melalui itu Hans dapat membuat komunitas.

5. Dalam mengkomunikasikan identitas visual yang ia miliki secara *offline* maupun *online*, Hans dapat membentuk kekonsistenan dengan membuat isi profil seluruh media sosial yang ia miliki serta business card miliknya dengan pesan yang sama. Jika ia melabeli dirinya sebagai FTL *blogger* sebaiknya hal tersebut ia komunikasi secara merata kepada seluruh

*platform* yang ia miliki sehingga dapat terproyeksikan satu pesan yang konsisten akan peran dirinya.

