



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 data dan fakta yang diperoleh dari proses penelitian dan telah diolah dalam pembahasan, peneliti dapat mengambil kesimpulan. Dalam proses pembentukan *personal brand* sebagai Bapak *Blogger* Indonesia, Enda telah memenuhi tiga elemen utama dalam pembentukan *personal brand* yaitu *skill set*, aura, dan *identity* serta tiga elemen lainnya yaitu *getting found*, *first impression* serta *brand experience*. Enda mampu mengkomunikasikan dirinya dengan baik sebagai seorang *blogger* yang tidak biasa, sebagai seorang *founder* yang memiliki ketertarikan amat besar pada dunia internet, media sosial, *startup* serta sebagai seseorang yang percaya pada kekuatan teknologi digital. Melalui hal-hal yang dikomunikasikan ini, *personal brand* dirinya sebagai seorang ‘Bapak’ maupun ahli dari *blogger* di Indonesia semakin kuat dibenak publiknya.

Dari elemen-elemen tersebut, elemen *skill set* menjadi elemen yang cukup kuat dalam pembentukan *personal brand* Enda Nasution. Hal ini dikarenakan kemampuan serta ketertarikan yang dimiliki Enda dalam dunia digital dan berbagai hal serta perkembangan di dalamnya cukup kuat. Ia juga selalu mengkomunikasikan setiap informasi menarik seputar perkembangan dunia digital, aktivitas kesehariannya sebagai seorang *blogger* serta *founder* dari sebuah *platform* media sosial nasional, serta berbagai ide dan

pemikirannya melalui akun media sosialnya. Hal ini semakin memperkuat elemen *skill set* dalam pembentukan *personal brand* dirinya.

Kesimpulan lainnya dari langkah-langkah *online personal branding* yang dilakukan Enda Nasution dalam aktivitasnya. Dalam mengkomunikasikan dirinya sebagai seorang *blogger*, Enda telah melakukan beberapa langkah *online personal branding* melalui beberapa media sosial miliknya. Adapun langkah-langkah yang dilakukan Enda yaitu memahami bidang yang menjadi ketertarikan pribadi dan kemampuan yang dimiliki, mengidentifikasi target audiens, membuat saluran komunikasi melalui media sosial, mengkomunikasikan kemampuan dan ketertarikan diri, memperoleh umpan balik, membangun koneksi, mengembangkan diri, memenuhi ekspektasi publik, serta mengikuti perkembangan dunia teknologi dan norma-norma yang ada.

Adapun beberapa langkah dari Ryan Frischmann yang tidak dilakukan oleh Enda Nasution dalam pembentukan *personal brand*-nya yaitu pembuatan *website* pribadi dan juga analisa kompetitor. Hal ini dikarenakan saluran tersebut belum diperlukan dalam aktivitasnya. Namun berbagai saluran lain yang digunakan Enda seperti *Twitter*, *Facebook*, *LinkedIn* dan *Blog* sudah cukup untuk mengkomunikasikan dirinya sebagai seorang Bapak *Blogger* Indonesia. Beberapa langkah yang tidak dilakukan Enda umumnya juga sudah terwakili melalui langkah lainnya.

Aktivitas Enda dalam ranah *offline* juga menjadi faktor yang cukup kuat dalam pembentukan *personal brand* dirinya. Pesan-pesan yang

dikomunikasikan Enda dalam ranah *online* maupun *offline* membentuk *image* Enda Nasution sebagai seorang ahli dalam dunia *blogging*, digital, dan media sosial. Melalui hal-hal tersebut dapat disimpulkan *personal brand* Enda Nasution sebagai seorang Bapak *Blogger* Indonesia sudah cukup berhasil.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, adapun beberapa saran akademis dan praktis yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut :

5.2.1 Saran Akademis

Secara akademis, diharapkan penelitian mengenai aktivitas *personal branding* khususnya melalui media *online* yang terus mengalami perkembangan serta memiliki manfaat yang besar dalam kehidupan dapat lebih banyak dan dikembangkan lagi dengan berbagai subjek penelitian yang menarik. Selain itu penelitian selanjutnya juga dapat melihat dari sudut pandang target audiens dari pelaku *personal branding* sebagai informan sehingga data hasil penelitian menjadi lebih kuat. Penelitian dapat juga dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif maupun penggabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif sehingga dapat memperoleh data yang lebih luas dan kuat untuk hasil penelitian. Penelitian kuantitatif juga dapat menjadi pijakan teoritis untuk menggunakan model *Online Personal Branding* Ryan M. Frischmann ke langkah praktis.

5.2.2 Saran Praktis

1. Enda Nasution perlu lebih berinteraksi dengan target audiens-nya melalui media sosial sehingga upaya dalam mencapai visi hidupnya dapat lebih terkomunikasikan kepada publik dan *personal brand* dirinya akan terbentuk di benak publik
2. Untuk memperkuat *personal brand* dirinya sebagai Bapak *Blogger* Indonesia, Enda perlu membuat sebuah *website* pribadi dimana publik dapat menemukan berbagai aktivitas kesehariannya, portofolio karya dan prestasi yang pernah diraih, serta berbagai ide dan pemikirannya. *Website* pribadi dapat menjadi *platform* yang lebih profesional dalam mengkomunikasikan *personal brand* Enda Nasution.
3. Berbagai kemudahan dan efektifitas yang dapat diberikan oleh media sosial dalam proses komunikasi berdampak langsung pada aktivitas *personal branding*. Bagi para *blogger* maupun pengguna media sosial lainnya di Indonesia dapat lebih memanfaatkan perkembangan media sosial yang ada saat ini untuk memperkuat *personal brand*-nya sehingga dapat terus menunjukkan eksistensi, kemampuan diri, serta dapat terus bersaing dalam industri saat ini baik secara nasional maupun internasional.