



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, strategi *personal branding* yang diterapkan Fitra Eri telah memenuhi kedelapan strategi membangun *personal branding* yang kuat oleh Montoya (2002), yaitu spesialisasi (*The Law of Specialization*), kepemimpinan (*The Law of Leadership*), kepribadian (*The Law of Personality*), perbedaan (*The Law of Distinctiveness*), kenampakan (*The Law of Visibility*), kesatuan (*The Law of Unity*), keteguhan (*The Law of Persistence*), dan maksud baik (*The Law of Goodwill*). Dalam penerapan kedelapan strategi *personal branding* tersebut, secara tidak langsung Fitra Eri juga telah menerapkan dua faktor teori kredibilitas sumber (*source of credibility theory*) oleh Umeogu (2012), yaitu faktor keahlian sumber (*source expertise*) dan faktor kepercayaan sumber (*source trustworthiness*). Secara khusus dalam strategi *personal branding* Fitra Eri sebagai seorang *vlogger* otomotif memiliki tiga strategi yang paling ditekankan dalam penerapannya, yaitu spesialisasi (*The Law of Specialization*), kesatuan (*The Law of Unity*), dan maksud baik (*The Law of Goodwill*).

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi bagi Fitra Eri dan juga *vlogger* otomotif lainnya. Selain itu peneliti juga menyarankan beberapa

saran kepada Fitra Eri agar dapat mengembangkan diri dengan lebih baik lagi, yakni sebagai berikut:

1. Sebagai *vlogger* otomotif yang telah berhasil memiliki banyak prestasi dari YouTube, Fitra Eri dapat memanfaatkan hal tersebut untuk melakukan kolaborasi dengan beberapa *youtuber* lain atau tokoh publik lainnya yang dapat menarik perhatian audiens, seperti *influencer* perempuan baik di lingkup otomotif dan di luar lingkup otomotif. Selain menciptakan konten Fitra Eri dari sisi *gender* menjadi lebih variatif, hal ini juga bisa membantu promosi *channel* Fitra Eri.
2. Melakukan kolaborasi dengan berbagai *yotuber* atau tokoh publik lain yang memiliki daya tarik berpenampilan dan menggunakan bahasa yang tidak selalu formal. Hal ini bisa menambah variasi dan dinamika konten Fitra Eri yang seringkali terlihat terlalu formal bagi sebagian penontonnya.
3. Fitra Eri bisa memperluas jangkauan kontennya. Selain konten otomotif, banyak hal lain yang bisa dieksplorasi oleh Fitra Eri dalam keseharian, yang tentunya tetap bisa dikolaborasikan dengan dunia otomotif, seperti konten wisata, kuliner, dan hal lainnya.

5.2.2 Saran Akademis

Sebagai bahan studi ilmiah, *personal branding* yang telah dilakukan oleh Fitra Eri dalam mendapatkan kredibilitasnya diharapkan

mendapat kontribusi dan menambah wawasan penerapan strategi *personal branding*. Serta diperlukannya penelitian lanjutan untuk dapat melihat secara komprehensif tentang *personal branding* maupun kredibilitas sumber khususnya para *influencer* yang semakin marak di zaman media baru ini.