

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan ini, terdapat fakta dan juga data yang dapat diambil serta diolah dari peneliti, dimana dalam hasil penelitian dan dari hasil pembahasan peneliti, sehingga peneliti dapat mengambil sebuah kesimpulan. Kesimpulan yang ditarik berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu untuk mengetahui proses strategi *online personal branding* Selly Taenggo sebagai *Gaming Influencer* di Indonesia.

Personal branding merupakan cara seseorang untuk mempresentasikan dirinya kepada publik dengan tujuan membangun citra yang positif dan membedakan diri dari orang lain. Dimana peranan sebuah tahapan *online personal branding* dibutuhkan oleh seorang *gaming influencer* karena sebagai *gaming influencer*, Selly Taenggo harus mampu menyampaikan pesan dari brand yang diwakilinya dengan tepat dan konsisten. Dengan memiliki *personal branding* yang kuat, *gaming influencer* dapat menjadi lebih dipercaya oleh audiensnya dan lebih mudah untuk mempromosikan dirinya maupun produk dan jasa dari suatu *brand* tersebut. Selain itu, *personal branding* juga dapat membantu *gaming influencer* untuk lebih mudah dikenali oleh audiensnya dan membangun koneksi yang lebih dekat dengan audiensnya. *Personal branding* yang kuat juga dapat membantu *gaming influencer* untuk meningkatkan kredibilitas dan membangun reputasi yang baik di industri yang dijalani yakni sebagai seorang *gaming influencer* di Indonesia dengan media *online* TikTok sebagai penerapan tahapan tersebut.

Dimana dalam proses pembentukan *online personal branding* seorang Selly Taenggo yang mengkomunikasikan dirinya sebagai *Gaming Influencer*, Selly telah mengimplementasikan beberapa tahap pembentukan *online personal branding* berdasarkan konsep yang telah dijabarkan oleh Ryan M. Frischmann. Berikut ini adalah tahapan yang dilakukan oleh Selly Taenggo dalam proses pembentukan

online personal branding nya. Yaitu, sedari awal Selly Taenggo telah menyadari kemampuan, serta *skill* dan juga potensi diri yang dimilikinya, serta selalu ingin terus mengembangkan ketiga hal tersebut dalam *passiomnya* di industri *esports*, Selly juga dapat mengidentifikasi target audiensnya, target audiensnya merupakan seorang *gamer* dan juga generasi muda (*Gen Z*). Selly mengetahui siapa yang menjadi kompetitornya, sehingga Selly melakukan perbandingan dan lebih menonjolkan kelebihannya dalam bermain *game* serta cara pembawaan-nya yang lucu dan juga lugu, Selly Taenggo juga membuat deskripsi profil media sosialnya mulai dari TikTok, Instagram, dan juga YouTube, pada profil media sosialnya Selly selalu mendeskripsikan dirinya sebagai *gaming influencer*, Selly membuat konten di media sosialnya terutama di TikTok yang relevan dengan karir yang sedang dijalani pada saat ini, contohnya seperti mengunggah ulasan dan juga *highlight epic moment* dari game yang Selly mainkan, ataupun saat dirinya mengisi acara di *event-event E-sports*, kesehariannya sebagai *gaming influencer*, dan juga kegiatannya sehari-hari bersama kerabat dekat dan juga saudaranya. Dalam konten tersebut Selly mendapatkan ataupun memperoleh *feedback* dari audiensnya atau publik, melalui *feedback* tersebut Selly dapat membangun sebuah koneksi dengan audiensnya dengan berinteraksi secara langsung melalui kolom komentar maupun *interactive story* miliknya, dan juga kolom komentar pada saat dirinya melakukan *live streaming* di platform TikTok, Selly juga selalu melakukan pengembangan dan juga perubahan, terutama dalam *skillnya* bermain, Selly merupakan sosok yang berkomitmen dan juga seorang pekerja keras sehingga dalam *skill* bermain pula Selly ingin terus mengembangkan bakatnya dan juga menciptakan sebuah perubahan menjadi lebih baik kembali lagi dan lagi. Kemudian Selly selalu bertindak sesuai dengan ekspektasi dirinya maupun ekspektasi dari audiens, serta dirinya selalu mengikuti perkembangan zaman ataupun tren yang sedang berjalan dan juga selalu berpedoman pada norma-norma yang ada.

Selly Taenggo tidak melakukan semua tahapan dalam *Twelve Step of Online Personal Branding* oleh Ryan M. Frischmann, karena beberapa tahap tersebut belum relevan atau tidak merupakan kewajiban utama dalam karirnya sebagai *Gaming Influencer*. Salah satu tahap yang tidak dilakukan oleh Selly adalah

membuat *personal website*, karena saat ini tidak merupakan saluran prioritas atau kebutuhan yang tepat dalam membangun *personal brandingnya*. Selly lebih memilih menggunakan TikTok sebagai sarana utama dalam membangun *online personal brandingnya* karena target audiensnya yang merupakan kalangan *gamer*.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan dan juga pembahasan yang telah peneliti paparkan pada penelitian kali ini serta observasi yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Selly Taenggo ingin memposisikan dirinya sebagai *gaming influencer*, karena ketertarikannya di dunia *esports*. Hal tersebut digambarkannya melalui konten-konten yang diunggahnya di media sosial Tiktok dan Instagram pribadinya.

5.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran akademis dan juga praktis yang peneliti dapat sampaikan berdasarkan proses penelitian yang telah selesai dilaksanakan:

5.2.1 Saran Praktis

Diharapkan bahwa penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi bagi Selly Taenggo dan juga para *gaming influencer* lainnya yang ada di Indonesia. Selain itu peneliti juga ingin memberi beberapa saran kepada para *gaming influencer* di Indonesia agar bisa mengembangkan diri dengan lebih baik kembali dan menonjolkan ke unikan serta lebih mengembangkan ciri *khas* dari diri masing-masing *gaming influencer*.

Diharapkan juga para *gaming influencer* tidak terpaku dengan *rate-card* sebagai sarana untuk membangun portofolio, dan membangun identitas secara profesional. Dimana jika ingin membangun suatu identitas yang bersifat profesional serta dapat di klaim kepemilikannya dan dapat dipertahankan secara panjang, maka penggunaan *website* juga sangat diperlukan. Melalui *personal website* tersebut, para *gaming influencer* dapat membuat portofolio dan juga mengunggah aktivitasnya sebagai *gaming*

influencer di Indonesia, membagikan prestasi-prestasinya, serta membagikan cerita yang bisa memotivasi para audiens diluar sana.

5.2.2 Saran Akademis

Saran akademis yang peneliti dapat sampaikan adalah, diharapkan penelitian peneliti ini dijadikan sebagai bahan kajian studi ilmiah, *online personal branding* yang sudah dilakukan oleh Selly Taenggo melalui media sosial, serta diharapkan mendapat kontribusi dan menambah wawasan penerapan strategi *online personal branding*. Serta ada baiknya apabila penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian lanjutan untuk melihat secara komprehensif tentang cara penerapan *online personal branding*. Dan juga diharapkan penelitian ini dapat dilakukan dengan beberapa metode seperti kualitatif, dan juga kuantitatif, serta *mix method*. Alangkah lebih luasnya hasil yang didapatkan jika penelitian ini selanjutnya menggunakan *mix method* tersebut yaitu dengan penggabungan metode kualitatif dan juga metode kuantitatif.

