



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 data dan fakta yang telah peneliti temukan dalam proses penelitian dan kemudian diolah dalam pembahasan, kini peneliti dapat menarik kesimpulan. Kesimpulan yang diambil ini dibagi menjadi dua bagian sesuai dengan tujuan penelitian yaitu *Personal Brand* yang dibangun oleh Veren Hendra Lie melalui Instagram dan *Strategi Online Personal Brand* Veren Hendra Lie di dalam akun Instagram.

1. Personal Brand yang dibangun oleh Veren Hendra Lie melalui Instagram

Veren Hendra Lie memulai karirnya sejak awal sebagai *fashion blogger*. Seiring dengan perkembangan media sosial, Veren pun memanfaatkan media sosial Instagram untuk mengkomunikasikan identitas dirinya sebagai *fashion blogger*. Hal ini dilakukan Veren melalui berbagai foto yang diunggahnya. Melalui foto-foto tersebut, Veren menunjukkan kemampuannya dalam dunia *fashion* dan kepribadiannya yang tidak ditutupi. Dengan foto-foto keseharian tersebut pun melahirkan *image* feminim dimata para pengikutnya, dimana pengikutnya melihat Veren selalu berpakaian feminim dan pintar untuk merias wajahnya.

Melalui akun Instagram @verenleecious, Veren memanfaatkannya sebagai media untuk berbagi cerita dengan *followersnya*. Mengingat saat ini *social media* Instagram banyak diramaikan oleh para *celebgram* yang hanya menjadikan akun Instagram sebagai papan iklan, Veren berkomitmen untuk tidak menjadikan Instagramnya sebagai papan iklan. Hal ini dilakukannya dengan tidak selalu mengunggah foto *endorse*, namun ia mengunggah pula berbagai foto kesehariannya dalam akun tersebut dan juga diselingin dengan foto yang berkaitan dengan *blog*.

Hal yang telah dilakukan oleh Veren tersebut yang menjadikan persepsi yang timbul di benak para *followers* bahwa Veren berbeda dengan *celebgram*. Melalui identitas yang ditunjukkan oleh Veren di akun Instagramnya, para *followers* menilai dan mengenal Veren sebagai *fashion blogger*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Personal Branding yang ingin dibangun oleh Veren yaitu sebagai *fashion blogger* telah berhasil.

2. Strategi *Online Personal Brand* Veren Hendra Lie dalam akun Instagram

Sebagai *fashion blogger* Veren melakukan beberapa langkah sebagai strateginya membangun *Online Personal Brand* dengan menggunakan media utama yaitu Instagram. Langkah-langkah yang ditempuh oleh Veren dalam membangun *Online Personal Brand* terdiri dari menyadari *subject* yang menarik bagi diri sendiri, mengkomunikasikan kemampuan dan prestasi yang dimiliki, membangun website pribadi, membangun profil media sosial, mengelola umpan balik, membangun koneksi dengan berbagi

pihak, mengevaluasi dan melakukan perkembangan diri, memenuhi ekspektasi publik, dan selalu mengikuti perkembangan teknologi.

Sebagai *fashion blogger*, Veren pun memanfaatkan Instagramnya untuk mengkomunikasikan kemampuan dan prestasi yang dicapainya. Melalui foto yang diunggahnya pada akun Instagram, Veren pun menunjukkan bagaimana perkembangan dirinya terutama dalam dunia mode.

Melalui Instagramnya Veren pun selalu mengkomunikasikan *blog* yang dimilikinya sebagai seorang *fashion blogger*. Veren bahkan meletakkan *link blog* yang dimilikinya pada profil Instagramnya, sehingga memudahkan *followers*nya untuk membuka *blog* yang dimilikinya. Selain itu, Veren pun selalu mengunggah foto pada akun Instagramnya setiap kali memiliki artikel baru dalam *blog*nya. Hal ini lah yang akhirnya membantu para *followers* Veren untuk mengenal Veren sebagai *fashion blogger*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi *Online Personal Branding* yang dilakukan Veren untuk dikenal sebagai *fashion blogger* melalui Instagram telah berhasil.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran yang terbagi menjadi saran akademis dan saran praktis sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

Secara akademis, disarankan agar terdapat lebih banyak lagi penelitian mengenai strategi *personal branding* khususnya yang

menggunakan *social media* sebagai alat utamanya. Mengingat teknologi yang semakin berkembang maka akan semakin berkembang pula strategi *personal branding* yang dapat digunakan. Oleh karena itu, lebih baik jika terdapat penelitian terbaru seiring dengan perkembangan teknologi.

5.2.2 Saran Praktis

Dari sisi praktis, terdapat pula beberapa saran berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut.

1. Sebagai *fashion blogger*, sebaiknya Veren memiliki sebuah *management* yang dapat mengaturnya dalam melaksanakan profesinya. *Management* di sini pun dapat menjadi media penghubung antara Veren dengan brand yang ingin bekerja sama dengan Veren. Dengan begitu, Veren dapat lebih selektif dalam memilih brand untuk bekerja sama agar lebih disesuaikan dengan *image* dan *target audiences* yang dimilikinya.
2. Sebagai *fashion blogger*, Veren perlu untuk memperbanyak foto-foto di Instagramnya mengenai koneksi yang dimilikinya dalam dunia *fashion blogger*, seperti foto acara gathering bersama *fashion blogger* maupun foto pertemanan Veren dengan *fashion blogger* lainnya. Hal ini perlu dilakukan untuk semakin mengenalkan nama Veren dalam dunia *fashion blogger* kepada *followersnya*, sehingga para *followers* semakin lebih *aware* akan karir Veren sebagai *fashion blogger* dibandingkan dikenal sebagai *celebgram*.

3. Veren Hendra Lie sebaiknya menghapuskan nama *online shop* pribadi yang dimiliki pada profil Instagram yang dimilikinya. Hal ini dilakukan karena dengan menuliskan nama *online shop* pada profile Instagram memunculkan kesan beriklan dan memanfaatkan *followers* untuk berbisnis. Veren dapat menggantikannya dengan lebih sering mengunggah foto menggunakan pakaian *online shop* pribadinya dan memberikan keterangan dari mana pakaian tersebut berasal, karena hal ini lebih terkesan Veren sebagai *endorser* dibandingkan beriklan kepada para *followersnya*.

UMMN