

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi *personal branding* Leo sebagai *male beauty influencer* di sosial media Tiktok, apakah sesuai atau tidak dengan *personal branding* yang ditunjukkan. Peneliti menggunakan teori persepsi, *personal branding*, dan *influencer*. Menurut keempat informan menyatakan bahwa mereka berpendapat bahwa Leo berhasil membangun *personal branding*-nya sebagai *beauty influencer* walaupun Leo merupakan seorang laki-laki. Sedangkan, *beauty influencer* pada umumnya dilakukan oleh wanita bukan laki-laki.

Untuk *personal branding* menurut keempat informan menyatakan bahwa Leo memiliki *personal branding* yang kuat sebagai *beauty influencer* karena Leo telah memenuhi kriteria dari elemen-elemen *personal branding*, memiliki ciri-ciri dari *personal branding* dan juga memenuhi konsep-konsep untuk membentuk sebuah *personal branding*. Dengan ini *personal branding* yang dibuat dan dibangun oleh Leo sudah berhasil.

Untuk kategori *influencer* menurut keempat informan menyatakan bahwa Leo telah memenuhi indikator untuk menentukan kekuatan *influencer* seperti *trustworthiness* (kepercayaan), *attractiveness* (daya tarik) dan *expertise* (keahlian). Walaupun, memiliki Leo kelemahan pada bagian kepercayaan.

Dari semua informan yang dikaitkan dengan teori-teori tersebut dapat disimpulkan bahwa Leo telah berhasil untuk membangun *personal branding* sebagai *beauty influencer*. Karena *personal branding* yang dibangun oleh Leo merupakan seorang *beauty influencer*, *followersnya* beranggapan bahwa tidak hanya wanita saja yang dapat menjadi *beauty influencer* tetapi laki-laki dapat menjadi *beauty influencer*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian kualitatif mengenai persepsi Generasi Z terhadap *personal branding male beauty influencer* masih jarang untuk dibahas. Pengertian mengenai teori *beauty influencer* secara detail tidak ada yang membahasnya dalam penelitian, yang ada hanya *influencer* secara garis besar saja. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai persepsi terhadap *personal branding* yang dibangun oleh Leo dalam media sosial Tiktok jika masih terdapat kekurangan, dapat dijadikan sebagai bahan perbaikan dan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Serta dalam penelitian ini, cukup menarik untuk diteliti lebih lanjut lagi. Selain itu, diharapkan lebih banyak yang membahas mengenai persepsi dari Generasi Z terhadap *personal branding male beauty influencer* secara kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui dari sisi yang lain dan juga diharapkan bahwa peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian ini dengan baik yang mungkin akan dibuat dalam bentuk kuantitatif.

### 5.2.2 Saran Praktis

Dalam penelitian ini, penulis memiliki saran praktis kepada Leo untuk menentukan *personal branding* apa yang ingin dibangun. Jika ingin membangun *personal branding* sebagai *beauty influencer*, maka seharusnya Leo hanya memiliki 1 akun saja yang berisikan tentang kecantikan dan tidak memiliki 3 akun yang setiap akunnya memiliki konten yang berbeda. Sehingga, *personal branding* yang dibangun pun tidak fokus pada kecantikan. Dengan ini, dibutuhkan riset yang mendalam untuk mengetahui *personal branding*, karakteristik yang dimiliki oleh Leo sehingga *followersnya* terutama pada Generasi Z dapat mengetahuinya.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A